

Endbericht

Beurteilungskriterien der Kulturförderung des Landes Niederösterreich

Kriterien inhaltlicher und finanzieller Zielvorgaben

Hermann Kuschej, Richard Sellner

Research Report

Beurteilungskriterien der Kulturförderung des Landes Niederösterreich

Kriterien inhaltlicher und finanzieller Zielvorgaben

Hermann Kuschej, Richard Sellner

Endbericht

Studie im Auftrag des Landes Niederösterreich

Oktober 2006

**Institut für Höhere Studien (IHS), Wien
Institute for Advanced Studies, Vienna**

Contact:

Hermann Kuschej
☎: +43/1/599 91-224
email: kuschej@ihs.ac.at

Ulrich Schuh
☎: +43/1/599 91-148
email: schuh@ihs.ac.at

Inhalt

1. Einleitung	1
2. Gesellschaftliche Kontextbedingungen von Kultur und Kulturförderung	3
2.1 Historische Entwicklung des Sektors Kunst und Kultur.....	3
2.2 Genese und Gegenstand öffentlicher Kulturförderung.....	4
2.3 Bedingungen von Produktion und Vermittlung von Kunst und Kultur.....	7
3. Ökonomische Kontextbedingungen von Kunst und Kultur sowie von Kulturförderung.....	9
3.1 Spezifika von Angebot und Nachfrage im Bereich von Kunst und Kultur.....	9
3.2 Ökonomische Spezifika und Kulturförderung	12
4. Kulturförderung in Niederösterreich	19
4.1 Programmatische und gesetzliche Grundlagen	19
4.2 Realisationsbedingungen programmatischer und gesetzliche Grundlagen.....	21
5. Evaluierungskonzept für Niederösterreich	23
5.1 Kunst- und Kulturwirtschaft in NÖ	23
5.2 Wahl des Evaluierungsansatzes	28
5.3 Allgemeines Evaluierungskonzept.....	31
5.4 Individueller Evaluierungsansatz.....	45
6. Zusammenfassung.....	59
Literaturverzeichnis	65
Anhang	67

Tabellen

<i>Tabelle 1: Überblick der Kultur in NÖ.....</i>	<i>24</i>
<i>Tabelle 2: Überblick – Betriebe der NÖKU, 2005</i>	<i>26</i>
<i>Tabelle 3: Überblick – Befragte Kulturbetriebe NÖ, 2005/2006</i>	<i>27</i>
<i>Tabelle 4: Vertikale Kategorisierung von Kulturbetrieben.....</i>	<i>29</i>
<i>Tabelle 5: Beispiel einer Gewichtung mit Einteilung in Größenklassen</i>	<i>30</i>
<i>Tabelle 6: Horizontale Kategorisierung von Kulturbetrieben.....</i>	<i>31</i>
<i>Tabelle 7: Beispiel – Daten für allgemeinen Evaluierungsansatz.....</i>	<i>41</i>
<i>Tabelle 8: Indikatoren der Kulturförderziele.....</i>	<i>42</i>
<i>Tabelle 9: Auf 100 normierte Werte der Indikatoren.....</i>	<i>43</i>
<i>Tabelle 10: Gewichtung der Subindikatoren</i>	<i>44</i>
<i>Tabelle 11: Kennzahlen Allegro Vivo.....</i>	<i>46</i>
<i>Tabelle 12: Kennzahlen Herbsttage Blindenmarkt.....</i>	<i>49</i>
<i>Tabelle 13: Kennzahlen Sommerspiele Melk.....</i>	<i>51</i>
<i>Tabelle 14: Kennzahlen Musik Aktuell</i>	<i>53</i>
<i>Tabelle 15: Kennzahlen Bühnenwirthaus</i>	<i>57</i>

Abbildungen

<i>Abbildung 1: Nachfrage und Angebot.....</i>	<i>13</i>
<i>Abbildung 2: Kosten/Nutzenzusammenhang positiver Externalitäten</i>	<i>15</i>
<i>Abbildung 3: Gesamtausgaben der Kulturförderung 2004, nach Kategorie</i>	<i>25</i>
<i>Abbildung 4: Organisation der NÖKU GmbH, 2005.....</i>	<i>25</i>
<i>Abbildung 5: Beispiel – Deckungsgrad von 13 Kulturbetrieben 2005/2006, in %</i>	<i>36</i>
<i>Abbildung 6: EGT eines Kulturbetriebes in % des Umsatzes, 2000-2005</i>	<i>37</i>
<i>Abbildung 7: Sponsoring in Prozent der Umsätze, 2005/2006.</i>	<i>37</i>

1. Einleitung

Die vorliegende Studie hat die Definition von Kriterien kulturellen Schaffens und künstlerischer Arbeit zum Gegenstand, an denen sich der Erfolg von Kulturförderung im Sinne der kulturpolitischen Vorgaben Niederösterreichs beurteilen lässt. Solche Kriterien sind auf der Grundlage einer einheitlichen Datenbasis von geförderten Projekte zu erarbeiten. Diese Datenbasis soll künftig durch die systematische Erhebung relevanter Projektdaten bei den Projekten geschaffen werden. Die Ausarbeitung eines solchen Erhebungsschemas war daher wesentlicher Bestandteil der Studie und erfolgte akkordiert mit der Kulturabteilung. Das Ergebnis findet sich in Form von Erhebungsbögen im Anhang.

Sowohl kulturelles und künstlerisches Schaffen als auch Kulturförderung vollziehen sich auf der Grundlage konkreter kulturpolitischer Vorgaben innerhalb bestimmter gesellschaftlicher und ökonomischer Kontextbedingungen. Aus diesen Gründen sind diese Bedingungen systematisch zu beschreiben, um dadurch einerseits die Funktions- und Produktionsbedingungen des Sektors von Kunst und Kultur sowie von Kulturförderung im sozioökonomischen Kontext zu problematisieren. Damit soll ein Interpretationsrahmen geschaffen werden, in welchem quantitative wie qualitative Kriterien zu sehen und zu gewichten sind. Solchen Kontextbedingungen ist der erste Teil gewidmet. Dieser setzt mit einem historischen Aufriss der Entwicklung des Sektors Kunst und Kultur an, um die Genese der gesellschaftlichen Ansprüche und Funktionszusammenhänge zu verdeutlichen, unter denen sich Kulturförderung vollzieht.

Den ökonomischen Kontextbedingungen von Kunst und Kultur ist ein eigener Abschnitt gewidmet. Auf der Grundlage ökonomischer Theorieansätze werden darin künstlerisch-kulturelle Produktion und Kulturförderung in einem marktwirtschaftlichen Zusammenhang verortet und die spezifischen Angebots- und Nachfrageaspekte dieses Sektors herausgearbeitet. Dabei werden die Grenzen und Möglichkeiten des ökonomischen Reüssierens von Kunst und Kultur und die spezifische Marktfunktion von Kulturförderung im Rahmen kulturpolitischer Vorgaben thematisiert.

Im Anschluss an die Herleitung und Diskussion der Kontextbedingungen werden die programmatischen Vorgaben der Kulturförderung in Niederösterreich skizziert, um deren Realisationsbedingungen zum Zwecke der Festlegung eines Erwartungs- und Ergebnishorizonts zu erörtern.

Ein weiterer wesentlicher Teil der Studie war der Befragung von kulturschaffenden Initiativen in Niederösterreich gewidmet, um die Beurteilungskriterien an den realen Bedingungen zu bemessen bzw. zu erproben. Es galt anhand einer in Kooperation mit der Kulturabteilung getroffenen Auswahl zunächst die kulturellen und ökonomischen Schaffens- und

Existenzbedingungen zu konkretisieren, um diese mit den kulturpolitischen Vorgaben zu konfrontieren.

Darüber hinaus wurden betriebliche Daten erhoben, um diese, insofern solche vorhanden waren und zur Verfügung gestellt wurden, in einen horizontalen Evaluierungsrahmen, der Kulturbetriebe einer bestimmten Kulturform untersucht, und einen vertikalen, der Betriebe gleicher struktureller Charakteristika vergleicht, zu integrieren. Die dazu erforderlichen Indikatoren werden anhand wesentlicher kulturpolitischen Vorgaben gebildet. Dabei geht es nicht schon um eine Beurteilung der befragten Initiativen, sondern vielmehr um eine exemplarische Darstellung vergleichender quantitativer Bewertungskriterien und Evaluierungsmethoden.

2. Gesellschaftliche Kontextbedingungen von Kultur und Kulturförderung

2.1 Historische Entwicklung des Sektors Kunst und Kultur

In den gesellschaftspolitischen Systemen der Antike und des Feudalismus waren Kunst und Kultur noch nicht selbständige Referenzsysteme mit spezifischen Kommunikations- und Funktionszusammenhängen. Diese waren vielmehr unhinterfragte Bestandteile weltlicher und geistlicher Herrschaft in zunächst noch kultisch-religiös konnotierten Kontexten herrschaftlicher Repräsentation. Entsprechend der Entwicklung politischer Herrschaft der bürgerlichen Gesellschaft verbreiterte sich der Kreis der Partizipanten an Kunst und Kultur stetig. Das Bürgertum entwickelte ein eigenes Repräsentationsbedürfnis. In der Beauftragung von Künstlern und Mäzenatentum spiegelte sich der zunehmende politisch-kultureller Geltungsanspruch dieser Gruppe wider, welcher mit deren ökonomischen Bedeutungsgewinn einher ging. Dadurch wurden also in doppelter Weise die Grundlagen für die Privatisierung von Kunst bereitet.

Im Zuge dieser Entwicklung etablierte sich neben der repräsentativen Funktion die Bedeutung von Kunst und Kultur als Bildungsinhalt. Entsprechendes Schaffen und die passive Rezeption desselben wurden zu eigenständigen – kulturellen – Werten. Diese zu vermitteln, gehört nach wie vor zu den wesentlichen Zielen der Bildungspolitik bürgerlicher Gesellschaften in der Tradition der Aufklärung. Mit der Etablierung demokratischer Gesellschaften war der aktive und passive Zugang zu Kunst und Kultur nicht länger ein Privileg politischen Eliten. Vielmehr wurde der soziale Zusammenhalt von nationalstaatlich verfassten auch durch Herstellung und Tradierung eines kulturellen Erbes gewährleistet. Darüber hinaus entsprach aktive und passive kulturelle Partizipation dem Bildungsideal in der Tradition der Aufklärung.

Zunehmender allgemeiner materieller Wohlstand und ein höheres Maß an verfügbarer Freizeit trugen in den westlichen Gesellschaften des 20. Jhd. zur Etablierung von Kultur als eigenem, in politischer und wirtschaftlicher Hinsicht formal unabhängigen Sektors bei, aus dem letztlich ein auf explizit ökonomische Kriterien festgelegter Bereich hervorging, die Kulturindustrie. Es etablierte sich einerseits ein breiteres Interesse an künstlerisch-kulturellen Arbeiten, das es Kunstschaaffenden ermöglichte, unabhängig von politischem Einfluss zu arbeiten, andererseits konstituierte sich mit der Nachfrage ein relevanter Markt für Produkte und Dienstleistungen der Kulturindustrie, im Besonderen in den Bereichen Radio, TV und Kino.

Der kursorische historisch-gesellschaftliche Aufriss der Kontextbedingungen von Kunst und Kultur bringt die Heterogenität dieses Sektors in bezug auf die damit verbundenen Ansprüche zum Ausdruck. Die spezifischen historischen Funktionszusammenhänge wurden

nicht durch jeweils andere substituiert, sondern vielmehr um neue Facetten erweitert. Repräsentative Konnotationen sind neben bildungsbürgerlichen, gesellschaftskritischen, rein privaten sowie explizit wirtschaftlichen Interessen weiterhin relevant.

Entsprechend der breitgefächerten Ansprüche an den künstlerisch-kulturellen Sektor sieht sich derselbe also mit durchaus unterschiedlichen Nachfragesituationen sowie Produktions- und Finanzierungsbedingungen konfrontiert. Dementsprechend variieren auch die Beurteilungskriterien für Erfolg und Misserfolg und in weiterer Folge auch für die Rechtfertigung öffentlicher Fördermittel. Die Frage der Finanzierung von Kunst und der Effizienz des Einsatzes öffentlicher Fördermittel ist in diesem Zusammenhang zu sehen.

2.2 Genese und Gegenstand öffentlicher Kulturförderung

Öffentliche Kulturförderung setzt in Westeuropa und den USA auf breiter Basis systematisch ab den 50'er und 60'er Jahren ein.¹ Entsprechend kulturpolitischer Grundsätze ist mit Förderung immer auch die Betonung der einen oder anderen Ausprägung verbunden. Der Bogen ist dabei weit gespannt. Förderung von Kultur kann um ihrer selbst willen oder zum Zwecke der Repräsentation erfolgen, Förderung wird aber auch als wirtschaftliche Investition begriffen, mit der entsprechende Erfolgserwartung einhergehen. Erfolgskriterien von Kulturförderung haben aus diesen Gründen auf diese Differenzierungen in Bezug auf die Zielsetzungen Bedacht zu nehmen. In einem Fall bemisst sich der Erfolg an rein qualitativen Kriterien, etwa durch das bloße Stattfinden künstlerisch-kultureller Aktivitäten, im anderen Fall können mit der Förderung explizite monetäre Erwartungen verbunden sein.

Die Motivationen von Kulturpolitik und der öffentlichen Förderung von Kunst und Kultur lassen sich so zusammenfassen:

1. Schaffung und Vertiefung nationaler bzw. regionaler Identität
2. Etablierung und Intensivierung eines positiven Images einer Regierung bzw. Politischer Repräsentanten
3. Ermöglichung aktiver und passiver Teilnahme (Partizipation) der Bevölkerung an Kultur in Bezug auf Freizeitgestaltung bzw. allgemein auf Lebensqualität.
4. Ermöglichung kultureller Produktion hinsichtlich
 - a. der Schaffung eines Angebots als einer Voraussetzung für Partizipation,

¹ Vgl. Milton C. Cummings, Richard S. Katz (Hg.), *The Patron state. Government and the Arts in Europe, North America and Japan*, New York 1987.

- b. Entwicklung und Innovation künstlerischen Schaffens in den verschiedenen Ausprägungen (Darstellende Kunst, Bildende Kunst, Musik und Literatur),
- 5. Investition in Kulturindustrie zur Generierung positiver wirtschaftlicher Effekte in bezug auf
 - i. unmittelbare Effekte von Kulturbetrieben
 - ii. Tourismus und das privatwirtschaftliche Umfeld (Umweg-Rentabilitäten).

Formen, Organisation und Effekte von Förderung

Die öffentliche Förderung von Kunst und Kultur kann in unterschiedlicher Weise erfolgen. Die „klassische“ Variante ist, dass die öffentliche Hand als Konsument künstlerischer Arbeit auftritt, indem sie etwa Bilder oder Skulpturen erwirbt. Dadurch sind zumindest zwei Förderziele tangiert: Künstlerisches Arbeiten wird durch die Nachfrage gewährleistet und der Öffentlichkeit die Auseinandersetzung mit Kunstwerken ermöglicht, insofern diese öffentlich zugänglich gemacht werden. Eine weitere wesentliche Form der Förderung bilden direkte finanzielle Zuwendungen ohne direkte Gegenleistung. Der Fördernutzen besteht in der Ermöglichung, Fortsetzung oder Intensivierung von als förderwürdig erachteten Aktivitäten um ihrer selbst willen und zum Nutzen eines interessierten Publikums. Direkte finanzielle Förderungen können in verschiedenen Formen erfolgen, etwa in Form einer Pauschalzahlung, einer Kofinanzierung oder auch einer Ausfallshaftung. Auch der Gegenstand der Förderungen variiert. Diese können gewährt werden für den generellen Betrieb oder für ein konkretes Projekt mit einer bestimmten Dauer. Subventionen können darüber hinaus als Startkapital für Initiativen erfolgen, von denen zu erwarten ist, sich in absehbarer Zeit selbst zu finanzieren.

Die Organisation der Vergabe von Subventionen kann ebenfalls unterschiedlich strukturiert sein. Zunächst sind die generellen administrativen Zuständigkeitsstrukturen für Kunst und Kultur generell und deren Förderung im speziellen anzugeben. Es kann eine zentrale Zuständigkeit in Form etwa eines Ministeriums für Kulturbelange bestehen. Eine weitere Variante kann darin bestehen, dass die Kulturagenden auf mehrere Ministerien aufgeteilt sind. In einem wie im anderen Fall konstituiert sich das Kulturbudget über den Weg der Erstellung des generellen Budgets. Die Kulturagenden insbesondere die Fördervergabe können aber auch quasi öffentliche Kuratorien oder Stiftungen übertragen werden. Solche Formen sollen die Kulturpolitik vom unmittelbaren politischen Einfluss lösen und unabhängigen Experten größeren Einfluss einräumen. Der Politik obliegt dann „nur“ noch die Höhe der Dotierung des Kulturbudgets, die Verteilung dem Kuratorium bzw. der Stiftungen. Der Staat kann die Kulturagenden auch in einer weiteren Form wahrnehmen, indem er selbst

als künstlerischer Akteur auftritt und etwa mittels des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ein Orchester leitet oder ein Museum betreibt. Die eine oder andere Organisationsform unterscheidet sich in weiterer Folge auch noch hinsichtlich des Grades der Zentralisierung. Die Möglichkeit der Berücksichtigung regionaler kultureller und sozioökonomischer Gegebenheiten steigt mit dem Maße der Dezentralisierung der Entscheidungsstrukturen. Die Delegation kultureller Förder-Agenden von zentralen politischen Entscheidungsinstanzen zu dezentralen verstärkt die lokale Autonomie in bezug auf kulturpolitische Schwerpunktsetzungen und die Umsetzung von Programmen.

Förderungen können direkt an Künstler vergeben werden oder mittels zwischen Fördergeber und Förderwerber situierter Organisationseinheiten erfolgen. Neben den direkten finanziellen Zuwendungen können auch indirekte Subventionsformen zur Anwendung kommen, etwa in Form von Steuererleichterungen oder Steuerbefreiungen für kulturelle Einrichtungen. Darüber hinaus kann auch privates Sponsoring steuerlich begünstigt werden. Als indirekte Förderungen können auch Formen sozialer Sicherung für im Kunst- und Kulturbereich tätige sein. Zu nennen wären beispielsweise spezielle Finanzierungsformen der Alterssicherung (Künstlersozialversicherung). So leisten in Deutschland Verwerter (z.B. Agenturen, Galerien), im Falle von Fremdvermarktung künstlerisch-publizistischer Arbeit, und der Staat, im Falle von Selbstvermarktung, quasi Arbeitgeberbeiträge zur Finanzierung der Künstlersozialkasse für selbständige Künstler und Publizisten. In Abhängigkeit von der Form der Subventionierung sind die Effekte für die Zielgruppe ausgeprägt. So steigt durch direkte Förderungen schlicht die Menge der für den Sektor Kunst und Kultur zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel. Zusätzlich bzw. alternativ sind diese geeignet, die Abhängigkeit von anderen Einkommensquellen zu reduzieren, indem der Kommerzialisierungsdruck einer Verwertung in einem ausschließlich privatwirtschaftlichen Rahmen gemildert wird. Im besonderen gilt das für experimentelle oder avantgardistische Kunst. Mögliche negative Effekte direkter Zuwendungen oder Ausfallhaftungen können sein, dass dadurch geringere Anreize bestehen, andere oder zusätzliche Finanzquellen zu erschließen. Darüber hinaus können dadurch wichtige Gradmesser für Erfolg oder Misserfolg, im wesentlichen also das Publikumsinteresse, an Relevanz einbüßen. Das trifft im besonderen auf künstlerische und kulturelle Produktionen zu, die sich explizit an ein größeres Publikum wenden.

Die Frage der regionalen oder überregionalen Organisation steht in einem Zusammenhang mit bestimmten kulturpolitischen Prioritätensetzungen. Dabei sind Versorgungsaspekte ebenso zu berücksichtigen, wie die Gewährleistung von Qualitätsstandards. Damit ist die Thematik der Unterstützung professioneller Künstler und Kulturinitiativen einerseits und die Ermöglichung passiver bzw. amateurhafter Partizipation angesprochen. Darüber hinaus gilt es das Spannungsfeld zu überbrücken, das sich zwischen Tradition und Moderne aufbaut. Daraus wird ersichtlich, dass Kulturpolitik und deren Administration nicht alleine auf einer pragmatischen Ebene zu diskutieren sind, sondern in Beziehung stehen mit subjektiven Wert- und Geschmacksurteilen, die sich einer ökonomischen Logik entziehen. Das trifft im

übrigen auch auf Strömungen zu, die den Erfolg am finanziellen Output bemessen und Kulturförderung mit Investitionen im wirtschaftlichen Sinne gleichsetzen.

Inwieweit sind regionale politische Entscheidungsträger willens oder fähig, kritische und/oder experimentell-avantgardistische Projekte zu fördern? Sind Modelle der Kofinanzierung mit privatwirtschaftlichen Akteuren geeignet kulturelle Vielfalt im Sinne einer prinzipiellen kulturpolitischen Ausrichtung zu gewährleisten? Diese Problematik stellt sich umso mehr, je knapper die Dotierung von Kulturbudgets bemessen ist.

2.3 Bedingungen von Produktion und Vermittlung von Kunst und Kultur

Im vorangehenden Kapitel wurden die historisch-gesellschaftlichen Kontextbedingungen von Kunst und Kultur skizziert. Damit sollte der Umstand verdeutlicht werden, dass sich sowohl Produktion und Rezeption derselben nicht losgelöst vom sozialen und gesellschaftlichen Umfeld vollziehen. Analog dem Bereich der Wirtschaft vollzieht sich die Reproduktion dieses Bereichs nicht willkürlich, sondern unterliegt spezifischen Produktionsbedingungen und Austauschbeziehungen. Ebenso wie der Bereich der Wirtschaft weist der Bereich der Kultur eine bestimmte Verteilungslogik, eine besondere Form der „Ökonomie“ auf.² Im Kontext einer Analyse der Erfolgsbedingungen von Kunst und Kulturförderung sind solche Funktionszusammenhänge von Relevanz.

Wird eine Gesellschaft oder eine Region in Bezug auf ihr kulturelles Kapital hin untersucht, so lassen sich drei konstitutive Formen identifizieren:

1. Das inkorporierte Kulturkapital. Dieses meint die verinnerlichte Form von Kultur im Sinne eines Vermögens zu aktiver oder passiver kultureller Betätigung. Der Erwerb dieses Vermögens erfordert eine individuelle Auseinandersetzung und die Investition von Zeit, es kann nicht einfach etwa durch Kauf oder Tausch erworben werden. Individuen, Gruppen oder Regionen können zu Trägern spezifischer Formen kulturellen Kapitals werden, die ein Potenzial für aktive oder passive Beteiligung an Kunst und Kultur repräsentieren. Regionen können über solche Potenziale identifiziert werden.
2. Objektiviertes Kulturkapital. Dieses stellt die Materialisation kulturellen Kapitals dar, also die Gesamtheit kultureller Äußerungsformen. Die Möglichkeit der Aneignung objektivierten Kulturkapitals ist abhängig vom Vorhandensein inkorporierten Kulturkapitals. Inwieweit eine aktive oder passive Partizipation erfolgt, ist abhängig

² Kapitalansatz von Kultur in Anlehnung an Bourdieu, Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital, 1983.

von der sozialen und inhaltlichen Struktur dieses Potenzials. Der Erfolg der Beteiligung an kultureller Produktion hängt wesentlich vom regionalen sozialen Kontext ab. Daran erweist sich, inwieweit Akzeptanz und Anknüpfungspunkte für kulturelle Produktion bestehen. Wenn es also um die Abschätzung der Erfolgsaussichten bei der Etablierung bestimmter Kulturformen in einer Region geht, gilt es die Rezeptionsvoraussetzungen zu klären und eine Bestandsaufnahme des inkorporierten Kulturkapitals vorzunehmen. Alleine das materielle Vermögen garantiert also noch nicht Partizipation an bzw. Aneignung von objektiviertem Kulturkapital.

3. Institutionalisiertes Kulturkapital. Dieses meint die Objektivierung von inkorporiertem Kulturkapital in Form von regionalen Persönlichkeiten oder Institutionen, die für das Potenzial und die kulturelle Kompetenz einer Region stehen und entsprechende Anerkennung genießen. Mit der Anerkennung ist auch Einfluss verbunden, Akzeptanz für kulturelle Projekte zu erreichen und diese auch umzusetzen.

Diese Definition von kulturellem Kapital geben den Rahmen für die Funktionsbedingungen kultureller Aktivitäten innerhalb einer Region vor. Erfolg und Wirkung kultureller Produktion hängen wesentlich vom Vorhandensein dieser Formen ab. Vor dem Hintergrund kulturpolitischer Zielsetzungen können Kulturprogramme bzw. Förderprioritäten für eine Region definiert werden und/oder deren Erfolgsaussichten abgeschätzt werden. Zu diesem Zwecke ist es erforderlich, die Region bezüglich des gegebenen Niveaus des (institutionalisierten) inkorporierten Kulturkapitals und vorhandenen objektivierten Kapitals zu analysieren. Zu diesem Zwecke wurden im Rahmen der Studie Interviews mit Repräsentanten von Kulturinitiativen geführt, um objektivierbare Kriterien für die Beschreibung und Analyse kulturellen Kapitals zu gewinnen.

3. Ökonomische Kontextbedingungen von Kunst und Kultur sowie von Kulturförderung

Die ökonomische Theorie befasst sich damit, wie die Marktmechanismen knappe Güter in einer Volkswirtschaft verteilen und wie Angebot und Nachfrage, die diesen Mechanismus in freien Ökonomien steuern, determiniert werden. Im Bereich der Kunst- und Kulturwirtschaft sehen sich die Konsumenten zum einen den klassischen Problemen, die Dienstleistungen mit sich bringen, gegenüber, wie ex ante Unsicherheit über die Qualität, mangelnde Vergleichsmöglichkeiten durch fehlende Transparenz und die Erforderlichkeit am Ort und zur Zeit der Leistungserstellung anwesend zu sein, um das Gut zu konsumieren. Andererseits beinhalten Kunst- und Kulturgüter eine Vielzahl an Charakteristika, die eine Erweiterung der klassischen Theorie notwendig machen, um die genauen Abläufe zu konkretisieren. Aber auch innerhalb der Kunst- und Kulturökonomie muss zwischen verschiedenen Veranstaltungsformen unterschieden werden, um den auftretenden Heterogenitäten nötigen Raum zu verleihen. Es empfiehlt sich daher die Art der kulturellen Produktion, die geografische Lage und die Größe der Kulturbetriebe als Differenzierungsmerkmale zu beachten. Dies soll mittels des individuellen Evaluierungsansatzes, den diese Studie im Folgenden darstellen wird, geschehen. Zunächst werden jedoch spezifische Bedingungen des Sektors Kunst und Kultur und allgemeine Unterschiede zur „Lehrbuchökonomie“ herausgearbeitet.

3.1 Spezifika von Angebot und Nachfrage im Bereich von Kunst und Kultur

Neben dem Anspruch der Produktion und Vermittlung von Kunst und Kultur sind mit diesem Bereich auch wirtschaftliche Interessen verbunden. Zum einen bildete sich, wie erwähnt, ein eigenständiger wirtschaftlicher Sektor, die Kulturindustrie, heraus. Dieser verfolgt mit einem Angebot an kulturellen Gütern und Dienstleistungen explizit kommerzielle Ziele. Darüber hinaus hat aber auch jener Bereich, der kulturelle Zielsetzungen im Kontext von Vermittlung, Bildung und Produktion verfolgt, wirtschaftlichen Kriterien zu folgen, wenn die Existenz als KünstlerIn bzw. als Kulturbetrieb gesichert werden soll. Diese prinzipielle Differenzierung macht schon deutlich, dass kultureller Aktivitäten in bezug auf wirtschaftliche Effizienz unterschiedlichen Beurteilungskriterien unterliegen. Im Folgenden sollen die Produktionsbedingungen von Kunst und Kultur in einem größeren ökonomischen Verwertungszusammenhang diskutiert werden.

Kunst und Kultur generell, KünstlerInnen und Kulturinstitutionen im speziellen, agieren innerhalb gegebener ökonomischer Rahmenbedingungen und können sich diesen nicht entziehen. Das betrifft in erster Linie die wirtschaftliche Existenz als Kulturbetrieb, der sich aus Einnahmen aus eigenen Kulturproduktionen, öffentlicher Kulturförderung und anderen Zuwendungen speist. Prinzipiell können Individuen und Institutionen, die Kunst produzieren

oder konsumieren, als Wirtschaftsakteure aufgefasst werden, deren Waren und Dienstleistungen wie andere auch den Regeln von Angebot und Nachfrage unterliegen. Dieser Bereich steht vorderhand in Konkurrenz zu einem kulturindustriellen Angebot, wie etwa dem Fernsehen oder Kino, bzw. auch zu anderen Freizeitangeboten. Ein weiterer Aspekt des Konkurrenzverhältnisses liegt in den Förderbedingungen der Regierungen begründet. Die Kulturbudgets sind knapp dotiert und konkurrieren mit anderen Budgets. Dennoch lassen sich Betriebe im Sektor von Kunst und Kultur nicht direkt mit privatwirtschaftlichen Betrieben anderer Wirtschaftssektoren vergleichen, was, wie zuvor ausgeführt wurde, auf die spezifischen Produktions- und Rezeptionsbedingungen zurückzuführen ist. Die Diskussion solcher Kontinuitäten und Diskontinuitäten ist Gegenstand dieses Abschnitts.

Angebots- und Nachfrageaspekte

Die Theorie von Angebot und Nachfrage lehrt, dass sich die Nachfrage (das Angebot) nach einem Gut bei fallendem (steigendem) Preis erhöht. Da sich beide Komponenten in der selben Dimension (Menge und Preis) bewegen, können Gleichgewichtspunkte festgestellt werden. Auf einem Gleichgewichtspunkt wird genau die Menge an Gütern, zu einem bestimmten Preis angeboten, die bei diesem Preis auch nachgefragt wird. Bei Abweichungen sorgen die Marktmechanismen dafür, dass sich das Gleichgewicht einstellt. Bei zu hohen Preisen bleibt der Anbieter auf seinen Gütern sitzen und muss die Preise senken bis das Gleichgewicht erreicht ist. Sind die Preise zu niedrig, herrscht Überschussnachfrage und der Anbieter kann seinen Profit erhöhen indem dieser die Preise anhebt.

Ein Spezifikum von Darstellender Kunst, wie dem Theater, ist es, dass der Ort der Produktion dem der Konsumtion entspricht. Das steht im Gegensatz zu industriellen Waren, die flexibel und relativ ortsunabhängig nachfragekonform produziert und verteilt werden können. Im kulturellen Kontext ist eine schnelle Anpassung an Änderungen in der Nachfrage demnach vielfach nicht möglich. Daher sind die lokalen Marktbedingungen entscheidend. Der Markt hat groß genug zu sein, um eine Maß an konstanter Nachfrage zu garantieren, die einen kontinuierlichen Betrieb als gerechtfertigt erscheinen lässt. Andererseits kann im Unterschied etwa zu Gütern des alltäglichen Bedarfs nicht davon ausgegangen werden, dass ein fehlendes lokales Angebot an kulturellen Gütern im großen Ausmaß zur Deckung des Bedarfs in anderen Orten führt, etwa um dort an Theatervorstellungen teilzunehmen. Daher sind Produktion und Nachfrage solcher Veranstaltungen primär lokale Phänomene. Aus diesem Grund führt ein erhöhtes lokales Angebot in diesem Sektor in der Regel auch zu einer erhöhten Nachfrage, womit ein Unterschied zur allgemeinen Warenproduktion genannt ist. Das hat relevante Konsequenzen für die Beurteilung des Bedarfs nach kulturellen Standorten unter dem Blickwinkel der Grundversorgung. So lässt sich die Dichte an Theaterstätten einer Region nicht einfach etwa der Bevölkerungsdichte gegenüberstellen,

um solchermaßen Schlüsse über den Versorgungsgrad zu ziehen. D.h. die Nachfrage nach kulturellen Gütern und Dienstleistungen steht und fällt mit einem kulturellen Angebot. Die Verfügbarkeit öffentlicher Fördermittel und ergänzender privater Mittel zur Generierung bzw. Etablierung eines lokalen Angebots steht damit in einem direkten Zusammenhang. Diese gehen der Nachfrage voraus. Die gewünschten Effekte setzen also *ex post* ein. Fördervorgaben, die den Nachweis eines konkreten Bedarfs in Bezug auf öffentliche Nachfrage voraussetzen, also *ex ante* ansetzen, wären also dysfunktional. Eine Einschätzung der potenziellen Nachfrage hat besser über das Ausmaß vorhandenen (institutionalisierten) inkorporierten Kulturkapitals einer Region zu erfolgen.

Partizipation und Publikum

In dem Maße, in dem explizit kommerzielle Kulturinstitutionen einen wesentlichen Teil der Einnahmen von den Konsumenten ihrer Produktionen lukrieren, ist die diesbezügliche Prästrukturierung des Publikums und deren quantitative Bedeutung ein entscheidender Faktor. Ein Gradmesser dafür können Konsumtion und Partizipation an Formen vergleichbaren bestehenden objektivierten Kulturkapitals bilden. Die Interviews im Rahmen dieses Projekts dienten auch diesem Zweck als eine Form von der Parametrierung.

Paradigmatischen Studien³ verweisen implizit auf die Bedeutung inkorporierten Kulturkapitals als Grundlage für erweiterte bzw. zusätzliche Angebote. Jedoch verfügen nicht alle sozialen Gruppen gleichermaßen über dieses Potenzial. In der wissenschaftlichen Literatur zum Thema steht auch außer Diskussion, dass Partizipation an Kunst und Kultur mit höherem Einkommen und höheren Bildungsabschluss steigt, wobei letzterer die stärkere Determinante darstellt. Von der Existenz einer „kritischen Masse“ können kulturelle und künstlerische Äußerungsformen im allgemeinen profitieren. Denn das Interesse eines Kulturpublikums bezieht sich in der Regel nicht nur auf eine spezifische Kunstform, vielmehr werden auch Veranstaltungen anderen Typs besucht. Neben der prinzipiellen Partizipation der Bevölkerung ist also auch die Frequenz als Maß der Ausnutzung eines vorhandenen Potenzials ein wichtiges Kriterium für steigende oder fallende Besucherzahlen. Daraus lässt sich ableiten, dass ein Mehr an Angebot nicht zu einer Sättigung der Nachfrage führt, sondern umgekehrt mit einer quantitativen und qualitativen Ausweitung die Chancen auf Partizipation sogar noch steigen. Dieser Effekt lässt sich nicht bloß zwischen gleichartigen Produktionen beobachten, sondern auch in Bezug auf das Verhältnis zwischen „klassischen“ Produktions- und Darstellungsformen und massenmedialen kulturindustriellen Äußerungsformen. Ein kulturinteressiertes Publikum spricht sowohl auf die eine als auch die andere Objektivationsform an und die Verfügbarkeit einer Form vermag die Partizipation an der oder anderen Form positiv zu stimulieren und umgekehrt.

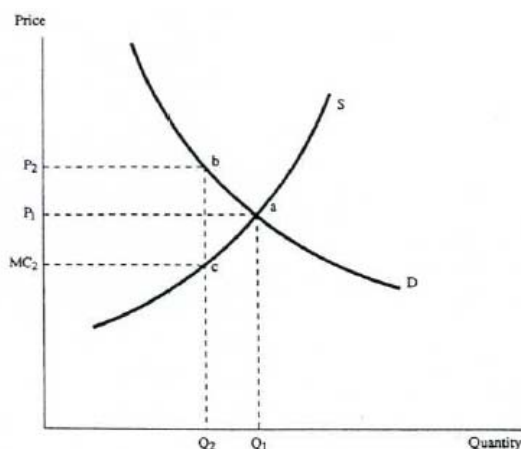
³ James Heilbrun, Charles M. Gray, *The Economics of Art and Culture*, Cambridge 2001.

3.2 Ökonomische Spezifika und Kulturförderung

Produktivitätsnachteile des Sektors Kunst und Kultur

Ökonomisches Wachstum definiert sich als steigender wirtschaftlicher Output pro Einwohner. Je größer der volkswirtschaftliche Output in Relation zur Bevölkerungsentwicklung ist, desto höher ist die Produktivität und desto größer sollte die verfügbare Menge an Waren und Dienstleistungen pro Einwohner sein. Produktivitätssteigerungen lassen sich durch erhöhten Kapitaleinsatz pro Arbeiter, verbesserte Technologie, höhere Qualifikation der Arbeit, besseres Management oder Skaleneffekte durch höhere Produktionsmengen erzielen. In der Güterproduktion sind solche Steigerungen leichter zu erzielen als im Dienstleistungssektor, wie dem Erziehungsbereich. Insbesondere trifft diese „Barriere“ auf den Sektor Kunst und Kultur zu, wo der Einsatz von Maschinen und Technologie nur eine geringe Rolle spielt und im Zeitverlauf keinen großen Veränderungen unterliegen. Der spezifische selbstreferentielle Bezugs- und Bewertungsrahmen künstlerischer Arbeit weist an sich keine Anknüpfungspunkte zu ökonomischen Klassifikationen auf. Bei länger andauernden Produktionen können allenfalls Skaleneffekte durch fallende Betriebskosten zum tragen kommen. Das führt hinsichtlich des Output je Arbeitsstunde zu einer Kluft zwischen den Sektoren, mit der Konsequenz, dass die Kosten für die Erbringung von Leistungen im Bereich Kunst und Kultur in Relation zu anderen Sektoren steigen, weil sich die Reproduktions- und Lohnkosten nicht losgelöst von der Gesamtwirtschaft entwickeln können.

Die folgende Abbildung gibt den prinzipiellen Zusammenhang von Angebot, Nachfrage und Preis unter optimalen Marktbedingungen wider. Auf der x-Achse ist die Menge, auf der y-Achse der Preis aufgetragen. Die Kurve „S“ stellt die Angebotsfunktion, die Kurve „D“ die Nachfragefunktion dar. Ein optimaler Preis (P_1 - Grenzkosten) und eine optimale Menge (Q_1 - Grenznutzen) ergeben sich im Schnittpunkt „a“ von „S“ und „D“. In diesem Punkt stehen Nachfrage und Angebot im Gleichgewicht. Im idealen Fall fallen die tatsächlichen Produktionskosten (Durchschnittskosten) einer Ware zusammen mit den Grenzkosten. Bei Gütern im Sektor Kunst und Kultur besteht dieses Gleichgewicht aufgrund der Produktivitätsunterschiede nicht. Die Durchschnittspreise (P_2) liegen oberhalb der Grenzkosten, was zu einer Reduktion der nachgefragten Menge (Q_2) führt.

Abbildung 1: Nachfrage und Angebot

Quelle: Heilbrun und Gray (2001).

Eine Konsequenz der durch Produktivitätsunterschiede tendenziell steigenden Produktionskosten im Bereich von Kunst und Kultur können überproportional steigende Eintrittspreise sein. Mit der Steigerung müssten nicht nur die Inflation, sondern auch die relativ steigenden Produktionskosten abgedeckt werden. Von dieser Dynamik sind Einzelinitiativen im besonderen Ausmaß betroffen. Dies hätte den zusätzlichen negativen Effekt, dass sich die Kluft zwischen bildungsnahen und bildungsfernen sozialen Gruppen bzw. zwischen hohen und niedrigen Einkommensgruppen hinsichtlich des Ausmaßes an verfügbarem inkorporierten kulturellen Kapital als zentraler Voraussetzung kultureller Partizipation tendenziell vertiefen würde. Aus diesen Gründen sind der Erhöhung der Eintrittspreise also Grenzen gesetzt. Diese Kosten müssen also aus externen Mitteln, etwa durch private Mittel der Initiative bzw. von privaten Förderern oder durch öffentliche Fördermittel, bedeckt werden, wenn gewünschte externe Effekte von Kunst und Kultur weiterhin generiert werden sollen. Externe Zuwendungen, wie Förderungen oder Sponsorengelder, haben die Funktion das Gleichgewicht durch Subventionierung des Preises wiederherzustellen.

Strukturelles Marktversagen

Das Gleichgewicht auf Märkten unter vollkommenem Wettbewerb wird in der Ökonomie als pareto-effizient bezeichnet, da es keine Möglichkeit mehr gibt, einen Teilnehmer besser zu stellen ohne einen anderen dadurch negativ zu beeinträchtigen. Dieses allokativ-effiziente Gleichgewicht sagt nichts über die Verteilung der einer Volkswirtschaft zur Verfügung stehenden Ressourcen aus, jedoch regelt ein solcher Markt sich selbst effizient ohne ordnungspolitische Einwirkungen des Staates.

Ein wesentlicher Aspekt dabei ist, dass die Annahmen der vollkommenen Konkurrenz erfüllt werden. Es müssen hierfür vor allem eine große Anzahl von kleinen Anbietern vorhanden sein, die homogene Produkte auf transparenten Märkten anbieten. Wird eine Annahme verletzt so kommt es zu Marktversagen. Die häufigsten Gründe hierfür sind Monopole, externe Effekte, öffentliche Güter oder Informationsasymmetrie.

Aus Sicht einer Ökonomie des freien Marktes erscheint staatliche Intervention aus zwei Gründen gerechtfertigt: Erstens dann, wenn in einem Markt unzureichende Konkurrenz herrscht und es zu Marktversagen mit der Konsequenz einer Fehlallokation von Gütern kommt. Darüber hinaus ist staatliches Eingreifen dann angezeigt, wenn die Einkommensverteilung unzureichend ist und eine minimale Versorgung mit Gütern deshalb nicht gewährleistet ist.

Als Hauptgründe von Marktversagen können angegeben werden; Monopole, Externalitäten, öffentliche Güter, Industrien mit fallender Kostenstruktur und unzureichender Marktinformation.

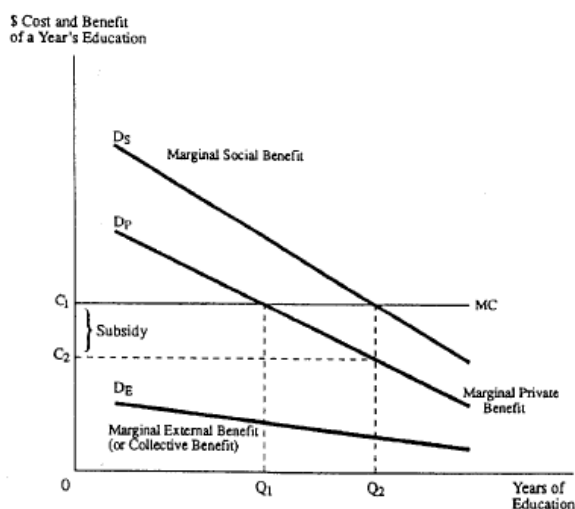
Positive Externalitäten

Für den Bereich von Kunst und Kultur kommt der Frage positiver Externalitäten eine besondere Bedeutung zu. Darunter werden in der Volkswirtschaftslehre positive oder negative Auswirkungen einer Aktivität (Produktion, Konsum) auf Dritte verstanden, die nicht Gegenstand des Preissystems sind und daher Schäden nicht kompensiert und indirekte Leistungen nicht entgolten werden. Im kulturellen Kontext könnten etwa die von einem externen Nutzen profitierenden Dritten Gastronomiebetriebe sein, die ein Gut (höheres Publikumsaufkommen aufgrund einer Kulturveranstaltung) nutzen, ohne dafür zu zahlen. Auch die meisten kulturpolitischen Zielsetzungen fallen unter diesen Begriff und betreffen etwa die Entwicklung einer kulturellen Identität oder eines kritischen Bewusstseins etc. D.h. das, was an anderer Stelle als inkorporiertes kulturelles Kapital beschrieben wurde, ist in dieser ökonomischen Diktion als positive Externalität zu begreifen. Wenn also Kulturförderung mit einer derartigen Zielsetzung betrieben wird, so dient diese abgesehen von der Ermöglichung einer konkreten Produktion wesentlich der Gewährleistung der öffentlichen Versorgung mit solchen gewünschten Effekten, die durch den Markt nicht oder in unzureichendem Ausmaß bereitgestellt werden würde, weil für die Marktteilnehmer primär die eigene Nutzenfunktion relevant ist. Die Subventionierung stellt die Kostendifferenz zwischen dem privaten und dem öffentlichen Grenznutzen dar. Die folgende Abbildung bringt diesen Zusammenhang anhand des Beispiels individueller schulischer Ausbildung schematisch zum Ausdruck. Auf der x-Achse ist die Menge der Ausbildungsjahre, auf der y-Achse sind Kosten bzw. Nutzen aufgetragen. Die „D“-Linien stellen die Nachfrage- bzw. Nutzenfunktionen dar. „DP“ steht für den privaten Grenznutzen, „DE“ für den kollektiven – externen – Grenznutzen, „DS“ ist die Summe aus „DP“ und „DE“. Unter optimalen Marktbedingungen würde sich für ein Individuum in Ausbildung ein Gleichgewicht von

Ausbildungsdauer „Q1“ und Kosten/Nutzen der Ausbildung „C1“ ergeben. Die Berücksichtigung des kollektiven Grenznutzens würde hingegen eine optimale Ausbildungsdauer „Q2“ ergeben, wobei für das Individuum in diesem Fall die Kosten/Nutzen-Relation durch zusätzliche Kosten der längeren Ausbildungsdauer im Normalfall auf „C2“ fallen würde. Private oder öffentliche Förderung „Subsidy“ (in der Abbildung) können diese Differenz ausgleichen, indem sie für die höheren Ausbildungskosten aufkommen.

Dieses Modell lässt sich direkt auf den Sektor Kunst und Kultur umlegen, sowohl auf Produzenten als auch Konsumenten von Kunst/Kultur. In bezug auf die Konsumenten generiert eine häufigerer Auseinandersetzung mit Kunst („Q2“ statt „Q1“) positive Externalitäten im Sinne kulturpolitischer Vorgaben (siehe nächstes Kapitel). Die Öffentlichkeit trägt dem dadurch generierten kollektiven Nutzen (kulturelle Identität, Kritikfähigkeit, Toleranz, Umwegrentabilitäten im Bereich Tourismus etc.) etwa durch eine Subventionierung der Eintrittspreise Rechnung. Für die Produzenten von Kunst gilt analoges bezüglich der Menge an „produzierter“ Kunst bzw. der Dauer ihrer Darbietung.

Abbildung 2: Kosten/Nutzenzusammenhang positiver Externalitäten



Quelle: Heilbrun und Gray (2001).

Formen positiver kollektiver Externalitäten von Kunst und Kultur

Abgesehen vom individuellen Nutzen für Produzenten und Konsumenten von Kunst und Kultur knüpft sich daran also auch ein vielfältiger kollektiver Nutzen, der von den Produzenten per se nicht intendiert ist und von potenziellen Nutznießern auch nicht abgegolten wird. Dieser Nutzenzusammenhang lässt sich durch folgende Punkte kursorisch wiedergeben:

1. Kulturelles Erbe: Dabei geht es einerseits um den Erhalt *objektivierten kulturellen Kapitals*, wie Bücher, Noten, Statuten, Architektur etc., andererseits um eine Gewährleistung kultureller Fertigkeiten und Traditionen als Voraussetzung für innovative kulturelle Produktion und Partizipation. Es gilt also das (*institutionalisierte*) *inkorporierte kulturelle Kapital* zu sichern.
2. Ein weiterer kollektiver Nutzen besteht in der *nationalen Identität und einem nationalen Selbstbild*.
3. Umwegrentabilitäten für die lokale Wirtschaft, also Tourismus- und Gastronomieeffekte, sind ein weitere prominente Externalitäten von Kunst und Kultur. Diese Effekte werden in der Regel überschätzt und wecken häufig überzogene Erwartungen. Kulturförderung kann nicht mit Wirtschaftsförderung gleichgesetzt werden. Wenn es alleine um die Stimulierung lokaler Wirtschaft ginge, stünden weit effizientere Förderinstrumente zur Verfügung.
4. Bildungsbürgerliche Ideale, Liberalität, Stärkung sozialer Kompetenz durch Partizipation.
5. Förderung künstlerischer Innovation und experimenteller Kunst. Künstlerische Aktivitäten dieser Art können nicht mit einer Breitenwirkung rechnen bzw. wollen Irritation bewirken.

Fördererfordernis für öffentliche (Externalitäten) und meritorische Güter

Externalitäten haben den Charakter von öffentlichen Gütern. Diese zeichnen sich dadurch aus, dass

- deren Konsum nicht den Konsum für andere beeinträchtigt, indem etwa die Menge reduziert oder die Qualität gemindert wird, wie das bei Konsum- und Gebrauchsgütern in der Regeln der Fall ist,
- es potentiell allen zur Verfügung steht und keiner vom Konsum ausgeschlossen bzw. keiner daran gehindert werden kann, davon zu profitieren.
- Nachdem niemand zur Zahlung eines bestimmten Preises für die Konsumtion öffentlicher Güter genötigt werden kann, können öffentliche Güter auch nicht über den Markt finanziert werden. Diese müssen vielmehr von der öffentlichen Hand finanziert werden.

Aus diesen Besonderheiten folgt, dass der kollektive Nutzen von Kunst und Kultur als öffentliches Gut nicht automatisch über den Markt generiert wird und somit auch nicht die Versorgung sichergestellt ist.

Operiert ein Unternehmen mit sehr hohen Fixkosten, wie etwa ein Museum, so kann dies dazu führen, dass die durchschnittlichen Kosten über den Grenzkosten⁴ liegen. Ein ökonomisch bestmögliches Ergebnis wird erzielt, wenn die Preise den Grenzkosten entsprechen, jedoch erwirtschaften solche Unternehmen durch die höher liegenden Durchschnittskosten einen Verlust. Um dieses Problem zu beseitigen, kann der Staat oder private Sponsoren Unterstützungen gewähren die diesen Verlust decken. Das unter Ökonomen am effizientesten funktionierende System, zur Verhinderung dieses Marktversagens besteht aus zwei Stufen. Das Unternehmen verrechnet Preise in Höhe der Grenzkosten und der Fehlbetrag wird in Form von Fixbeträgen eingehoben.

Darüber hinaus gibt es keine objektiven Anhaltspunkte für die Bestimmung einer optimalen Menge. Als Anhaltspunkt bleibt nur der politische bzw. öffentliche Wille, solche Güter weiterhin bereitzustellen und entsprechend – öffentlich – zu finanzieren. Um optimale Entscheidungen zu treffen, muss dem Konsumenten eine kritische Masse an Informationen zur Verfügung stehen. Fehlen diese Informationen, so kann dies dazuführen, dass eine Vielzahl an Individuen das Gut nicht konsumieren, obwohl sie einen Nutzen, über den sie sich nicht im Klaren sind, daraus ziehen würden. Im Falle der Kunst- und Kulturgüter stellt hier vor allem die Ignoranz und der Geschmack ein Informationsproblem dar. Durch die fehlende Nachfrage können Anbieter kultureller Aktivitäten steigende Skalenerträge⁵ nicht vollständig ausschöpfen. Dies führt zu höheren Kosten und einer geringeren Nachfrage. Nicht nur fehlende Information über eigene Präferenzen, sondern auch über Angebot und Preis führen zu einem solchen Marktversagen. Viele private Unternehmen die sich mit ähnlichen Problemen konfrontiert sehen setzen PR und Marketing ein, um die Nachfrage zu stimulieren und zu informieren. Teure flächendeckende Werbeaktivitäten sind jedoch von einer Vielzahl kleiner Kulturbetriebe nicht zu finanzieren, weshalb der Staat oder private Sponsoren mit Subventionen helfen müssen.

Objektiviertes Kulturkapital ist, insofern die gesamte Gesellschaft daran partizipieren soll, ein *meritorisches Gut*. Meritorische Güter zeichnen sich dadurch aus, dass deren breite Verfügbarkeit in einem größeren Ausmaß gesellschaftlich erwünscht ist als einzelne es zu Marktpreisen zu erwerben willens oder fähig wären. Dazu würde das Unterbleiben des Konsums solcher Güter negative Effekte und Kosten verursachen, die höher wären als die öffentliche Finanzierung dieser Güter. Das beste Beispiel hierfür ist die medizinische

⁴ Als Grenzkosten bezeichnet man die Kosten für eine zusätzlich erzeugte Einheit.

⁵ Liegen steigende Skalenerträge vor so sinken die durchschnittlichen Kosten mit steigender produzierter Menge.

Grundversorgung. Die öffentliche Förderung zielt auf die Senkung des Preises solcher Güter mit dem Zweck der Steigerung ihres Konsums ab.

4. Kulturförderung in Niederösterreich

4.1 ProgrammatISChe und gesetzliche Grundlagen

Kulturförderungsgesetz 1996

Gegenstand der Kulturförderung bildet kulturelles Handeln in Niederösterreich oder wenn sich solches im In- oder Ausland auf dieses Bundesland bezieht. Das Kulturförderungsgesetz definiert Grundsätze und Spannungsfelder, denen Kulturförderung unterliegt. Für die Grundsätze bildet zunächst die Partizipation der Bevölkerung einen Bezugspunkt. Unter anderem soll den Menschen in der Region die Teilnahme am kulturellen Prozess ermöglicht werden. Darüber hinaus wird das Erfordernis einer kritikfähigen Öffentlichkeit angeführt. Gegenüber neuen kulturellen Entwicklungen sowohl im In- als auch Ausland soll Offenheit bestehen. Den zweiten Bezugspunkt bildet das kulturelle Schaffen als solches. Unter der Zielsetzung kultureller Vielfalt gelte es dieses gemäß seines Anteils am kulturellen Prozess zu fördern. In diesem Kontext werden Spannungsfelder genannt, unter denen sich dieser Prozess vollzieht. So wird der kulturellen Autonomie die Professionalisierung und Ökonomisierung des Kulturbetriebes oder der internationalen die regionale Kulturentwicklung entgegengestellt. Weitere Gegensatzpaare bilden laut Kulturförderungsgesetz der Erhalt des kulturellen Erbes und zeitgenössische, innovative Kunst. Den persönlichen Sinnstiftungsmöglichkeiten von Kunst und Kultur wird deren gesellschaftspolitisches Potenzial gegenübergestellt.

Diese Grundsätze und Spannungsfelder sind bei materiellen und immateriellen Formen der Förderung des Landes zu beachten. Als immaterielle Förderungen sind die Anregung zum kulturellen Prozess, Beratung, Information und Hilfestellung auch zum Zwecke der Erzielung von Synergieeffekten durch kulturelle Kooperation auf künstlerischer und organisatorischer Ebene exemplifiziert. Die materielle Förderung umfasst dagegen monetäre Zuwendungen in Form von zuvorderst nicht rückzahlbaren Zuschüssen, des weiteren Stipendien, Preisen, Darlehen, Infrastrukturzuwendungen oder Kunstankäufen. Diese Form der Finanzierung erfolgt wegen der expliziten Zielsetzung, private Kulturförderung zu stärken, nur subsidiär und setzt daher die Erbringung von Eigenleistungen und Drittmitteln seitens der Förderwerber voraus.

Landesentwicklungskonzept – Abschnitt 5.19 Kultur

Im Landesentwicklungskonzept spiegeln sich die im Kulturförderungsgesetz genannten Grundsätze und Spannungsfelder wider. Kultur wird darin als elementare Grundlage menschlichen Zusammenlebens verstanden, die sich in vielfältigen räumlichen und inhaltlichen Ausprägungen äußert und von kulturellen Aktivitäten breiter Bevölkerungsschichten bis zur Hochkultur, produziert an wenigen Standorten, reicht.

Darüber hinaus streicht das Landesentwicklungskonzept aber speziell das wirtschaftliche Potenzial von Kultureinrichtungen und Aktivitäten einer Region im Rahmen der Standortpolitik hervor. Diese repräsentieren demnach wichtige Attraktivitäts-, Image- und Wirtschaftsfaktoren und beeinflussen insbesondere angesichts steigender Mobilität von Produktionsfaktoren Standort- und Investitionsentscheidungen von Unternehmungen aber auch von privaten Haushalten durch die Wahl von Wohnstandorten. Dementsprechend werden folgende Zielsetzungen konkretisiert:

Es wird eine produktive Koexistenz von kulturellem Erbe und kultureller Dynamik angestrebt, wobei regionale und inhaltliche Schwerpunktsetzungen zur Profilierung und Positionierung erfolgen sollten. Damit einher geht die Forderung nach einer schwerpunktmäßigen Verbesserung und einem Ausbau kultureller Standortqualitäten und vermehrter Öffentlichkeitsarbeit. Die kulturellen Ressourcen und Aktivitäten sollen als regionales und kommunales Entwicklungspotenzial verstanden werden, wobei Kulturbereich sowie Tourismus- und Freizeitwirtschaft gemeinsame Strategien entwickeln und umsetzen sollten.

Grundsätze und Zielbestimmungen der Kulturpolitik

Im Kulturförderungsgesetz sowie dem Landesentwicklungskonzept sind also Grundsätze als Zieldefinitionen der weiteren Förderbedingungen und Varianten der Förderung (immateriell und materiell) prinzipiell festgelegt, denen die Kultur(-förder)politik des Landes Niederösterreich folgt. Diese lassen sich in folgenden Gruppen verorten und spezifizieren:

I. Allgemeine Grundsätze und Ziele

1. Partizipation der Bevölkerung – (inhaltliche/ideelle Wertschöpfung und Konsumentenmotivation):

- Aktive kulturelle Betätigung,
- Teilhabe an zeitgenössischer Kunst,
- Lokale Identität,
- Vermittlung kulturellen Bewusstseins und Kritikfähigkeit.

2. Kultur als Standortfaktor - Integration von Kultur und lokaler Wirtschaft:

- Regionale und inhaltliche Schwerpunktsetzung,
- Profilierung und Positionierung,

- Ausbau kultureller Standortqualitäten, Öffentlichkeitsarbeit,
- Partizipation lokaler Betriebe,
- Kooperation von Kulturbereich sowie Tourismus- und Freizeitwirtschaft.

4.2 Realisationsbedingungen programmatischer und gesetzliche Grundlagen

Kulturförderung in Niederösterreich vollzieht sich unter kulturpolitischen Zielvorgaben, die sich in den eingangs dargestellten Theoriezusammenhängen einordnen lassen. Diese Zuordnung ist wichtig, um die damit verbundenen Interessen und Ansprüche hinsichtlich ihrer Realisierungs- und Finanzierungsbedingungen bewerten zu können.

Am generellen Anspruch des Landes, am (institutionellen) inkorporierten kulturellen Kapital des Landes zu arbeiten, um es zu sichern bzw. zu erhöhen besteht kein Zweifel. So wird die Förderung einer Vielfalt des kulturellen Schaffens, die Pflege von "Kulturgut" im weitesten Sinne und der sorgsame Erhalt des kulturellen Erbes zur immanenten Aufgabe einer umfassenden Kulturpolitik erklärt. Darunter fallen gemäß Landesentwicklungs- bzw. Landeskulturkonzept die Verbesserung der künstlerischen Schaffensbedingungen, Ausbau und Absicherung der künstlerischen Qualität, eine breitere aktive Beteiligung der Kunst- und Kulturschaffenden sowie eine Angebotserweiterung und die Abstimmung des Angebots. Den Kulturkonsumenten und Kulturrezipienten soll eine bessere Teilhabe ermöglicht werden, indem auf Geschlecht, Alter, soziales Umfeld, Bildung, und Interessen Rücksicht genommen werden soll. Generell soll ein Angebot geschaffen werden, das ein hohes Niveau aufweist, zu angemessenen Preisen nahe am Wohnort geboten wird.

Abgesehen von diesen kulturpolitischen Zielsetzungen im engeren Sinne werden auch hohe Erwartungen in externe Effekte gesetzt. So wird davon ausgegangen, dass kulturelle Images und kulturelle Attraktivitäten von Regionen Standort- und Investitionsentscheidungen der Wirtschaft beeinflussen, die Tourismuswirtschaft unterstützen und sich in wachsendem Ausmaß auf die Wahl der Wohnstandorte der Bevölkerung auswirken. Kultur wird als Teil einer umfassenden Standortpolitik und als bedeutende Beschäftigungsquelle gesehen.

Vor dem Hintergrund der ökonomischen Diskussion der Produktionsbedingungen des Sektors von Kunst und Kultur sowie der spezifischen Angebots- und Nachfragebedingungen lässt sich daraus ein Finanzierungsbedarf ableiten, der die gewünschten externen Effekte generieren soll. Weil es sich dabei eben um Kosten und Nutzen handelt, die nicht dem Bereich der Kulturproduktion einerseits und begünstigten Wirtschaftssektoren andererseits

zuzuordnen sind, ist dieser Bedarf zu einem wesentlichen Teil aus öffentlichen Förderungen zu bestreiten. Die Formulierung begleitender organisatorischen Maßnahmen ist unter diesem Aspekt zu sehen. Die geplanten Maßnahmen umfassen etwa den Ausbau von Standortqualitäten in Zentren und Regionen, eine verstärkte Abstimmung der Programme gleichartiger Kulturproduktionen sowie organisatorische Zusammenschlüsse in einzelnen Sparten. Die Finanzierung soll auch über Finanzierungspartnerschaften mit Gemeinden, Bund, Privaten auf eine breitere Basis gestellt werden. Im Sinne der Subsidiarität sollen die Förderungen anderer öffentlicher Körperschaften als das Land sowie die privaten Ausgaben und Zuwendungen, die dem Sektor Kunst und Kultur zufließen, stärker berücksichtigt werden. Deren Bedeutung ist aufgrund fehlender systematischer Erfassung noch nicht quantifizierbar. Aus diesem Grunde wird auf die Erhebung der Gesamtfinanzierungsstruktur von geförderten Initiativen besonderes Augenmerk gelegt.

Kulturförderung sieht sich also mit einer Reihe von Unwägbarkeiten hinsichtlich der kulturellen Produktion im engeren, und gewünschter externer Effekte im weiteren Sinne konfrontiert. Diese machen es schwierig, den Nutzen von Förderung mit den dadurch entstehenden öffentlichen Kosten in ein Verhältnis zu setzen. Die theoretische Herleitung des Sektors Kunst und Kultur unter ökonomischen Auspizien vermochten einen Eindruck von der Komplexität dieses Unternehmens zu vermitteln. Um dieses Kontinuum nach einheitlichen Kriterien zu beschreiben und zu bewerten, wurde eine Kriterienraster entwickelt, der sich an Kulturinitiativen wendet, um deren spezifische Situation vor dem Hintergrund der kultur- und förderpolitischen Maßnahmen abzubilden und zu bewerten (siehe Anhang). Die Kriterien wurden anhand paradigmatischer Interviews erprobt. Die Ergebnisse der Evaluierung derselben werden im folgenden Kapitel dargestellt. Dabei werden die einzelnen Initiativen hinsichtlich ihrer spezifischen Situation beschrieben.

5. Evaluierungskonzept für Niederösterreich

Ziel dieses Abschnitts ist es, basierend auf dem Kulturfördergesetz und NÖ Landesentwicklungskonzept Evaluierungskriterien abzuleiten, die im Einklang mit ökonomischen Theorieansätzen über den künstlerisch-kulturellen Sektor stehen. Diese Kriterien sollen unter Berücksichtigung der spezifischen Eigenschaften dieses Bereich und der Unterschiede zu anderen Wirtschaftssektoren dazu dienen, Beurteilungskriterien für erfolgreiches Arbeiten zu gewinnen. Hierfür wurde eine möglichst repräsentative Auswahl an kulturellen Betrieben in NÖ befragt, um

- a) die gewonnenen Beurteilungskriterien gemäß Erhebungsbogen (siehe Anhang) hinsichtlich ihres Aussagegehalts zu überprüfen und
- b) die Kriterien anhand von Daten zu den einzelnen Interviews (sofern vorhanden) zu exemplifizieren.

Zunächst skizziert dieses Kapitel den kulturellen Status quo Niederösterreichs. Es werden allgemeine Eckdaten sowie die wichtigsten Informationen der NÖKU und Interviewpartner wiedergegeben. Da sich die in dieser Studie analysierten Betriebe hinsichtlich ihrer Struktur und Zielsetzung stark unterscheiden, wird dann auf Probleme bzw. Möglichkeiten horizontaler und vertikaler Evaluierungsansätze eingegangen. Auf den Zielen der Kulturförderung und der vorhandenen Informationen repräsentativer Kulturbetriebe aufbauend, sollen dann Konzepte zur Evaluierung der öffentlichen Kulturzuwendungen erstellt werden. Anhand von Beispielen werden diese in der Folge demonstriert.

5.1 Kunst- und Kulturwirtschaft in NÖ

Im Zuge dieser Studie wurde eine Auswahl an kulturellen Kleinbetrieben des Landes Niederösterreich näher betrachtet. Dabei wurde Wert darauf gelegt, eine möglichst breite inhaltliche Abdeckung zu erzielen. So wurden Intendanten, Veranstalter, Organisatoren oder Leiter von Opern, Operetten, Theatern, Kinos, traditioneller und innovativer Musik nach monetären und nicht-monetären Informationen befragt. Zusätzlich wurden die Jahresabschlüsse der Niederösterreichischen Kulturwirtschaft GmbH (NÖKU), welche eine Art Dachverband größerer Kulturbetriebe darstellt, aufgearbeitet. Aus naheliegenden Gründen weicht die Qualität und Fülle der Daten der kleineren Kulturbetriebe von den umfangreichen Jahresabschlüssen der als Kapitalgesellschaften organisierten Mitglieder der NÖKU ab.

In Niederösterreich existieren zum Zeitpunkt der Verfassung der Studie etwa 295 Veranstalter und 550 Künstler, ohne Mehrfachnennungen der Kunstkategorien. Tabelle 1 stellt die einzelnen Kunst- und Kulturkategorien für Niederösterreich, diesmal mit

Mehrfachnennungen, dar. Am stärksten sind Ausstellungen, die bildende Kunst und musikalische Kunstformen vertreten.

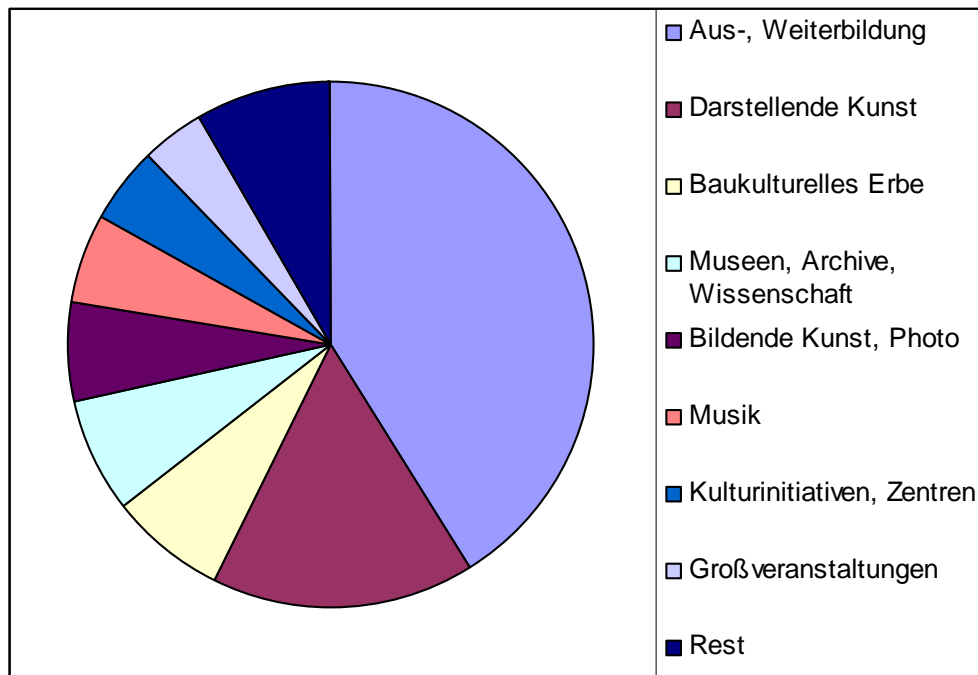
Tabelle 1: Überblick der Kultur in NÖ

Kategorie	Veranstalter	Künstler
Ausstellung und bildende Kunst	117	253
Ball/Fest/Disco	13	5
Ballett und Tanz	7	13
Diverses	25	12
Film/Kino	16	4
Fotografie	4	17
Kabarett/Kleinkunst	33	25
Kunsth Handwerk	5	12
Kulinarisches	9	0
Literatur	45	59
Messe und Märkte	6	5
Museum	26	3
Musik	120	200
Musiktheater	11	10
Sport/Wandern/Ausflug	6	0
Theater	56	49
Vortrag/Kurs/Seminar	45	34
Summe Veranstaltungen	544	701

Quelle: Niederösterreichischer Katalog der Künstler- und Kulturinitiativen.

Die Gesamtausgaben der NÖ Kulturförderung belaufen sich im Jahre 2004 auf knapp 78 Millionen Euro. Die Aufschlüsselung nach Kunstkategorien ist in Abbildung 3 dargestellt. Mit Abstand am meisten wird in Aus- und Weiterbildung investiert, gefolgt von der darstellenden Kunst, dem baukulturellen Erbe und den Museen. Bildende Kunst und Musik befinden sich, obwohl sie einen Großteil der Künstler und Veranstalter in NÖ ausmachen, erst an fünfter und sechster Stellen.

Abbildung 3: Gesamtausgaben der Kulturförderung 2004, nach Kategorie



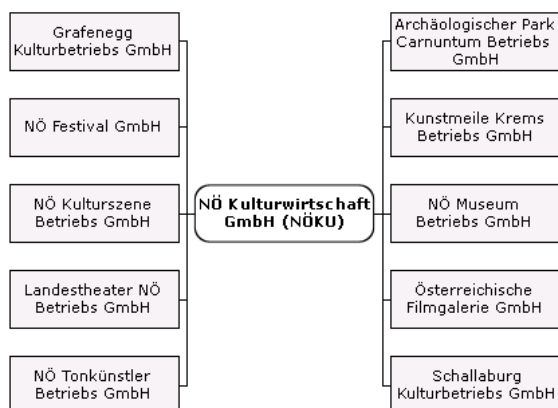
Quelle: NÖ Kulturbericht 2004.

Niederösterreichische Kulturwirtschaft GmbH

Die Niederösterreichische Kulturwirtschaft GmbH besteht aus zwei Teilen: Die Veranstaltungsbetriebe und die Ausstellungsbetriebe. Der linke Ast in Abbildung 4 zeigt die Veranstaltungsbetriebe der NÖKU während die rechte Seite die Ausstellungsbetriebe beinhaltet.

Abbildung 4: Organisation der NÖKU GmbH, 2005

Gesellschaften



Quelle: <http://www.noeku.at/41.htm>, 2006

Die Organisation der NÖKU hat sich im beobachteten Zeitraum von 2000-2005 stark verändert. Im Jahr 2000 bestand sie aus nur 4 Unterbetrieben, die bis 2005 auf 10 anwuchsen. Einen wesentlichen Schritt hierbei stellt die Gründung der NÖ Tonkünstler Betriebs GmbH im Jahr 2002 dar. Ziel der NÖKU ist es, neben zentral organisierten Tätigkeiten, wie Budgetierung, Rechnungswesen und Controlling, Doppelgleisigkeiten und Überschneidungen zu vermeiden, einzelne Betriebe zu koordinieren und das Profil der Betriebe in der Öffentlichkeit zu stärken. Die NÖKU ist als Kapitalgesellschaft organisiert und unterliegt der doppelten Buchführung und Jahresabschlusspflicht. Es liegen deshalb detaillierte Daten der einzelnen Betriebe vor, die für Evaluierungen verwendet werden können. Diese Daten alleine werden für eine Analyse sämtlicher Ziele nicht ausreichen, bilden aber ein starkes Fundament, vor allem für die finanziellen Aspekte. Tabelle 2 stellt einige Eckdaten der in der NÖKU organisierten Betriebe dar, mit dem Zweck, die Größe der einzelnen Betriebe zu veranschaulichen.

Tabelle 2: Überblick – Betriebe der NÖKU, 2005

	Besucher	Mitarbeiter	Förderung	Eigenerlöse	Erfolg
<i>Festival GmbH</i>	12.019	16	2.191.538	321.418	-4.808
<i>Kulturszene</i>	70.746	61	6.240.728	1.291.377	-44.652
<i>Landestheater</i>	8.000	27	119.000	1.494.150	162
<i>Tonkünstler</i>	25.787	114	8.156.500	1.596.320	424.935
<i>APC</i>	77.000	13	534.267	472.229	53.799
<i>Kunstmeile Krems</i>	169.137	32	2.853.569	1.266.660	-11.200
<i>Museumsbetriebs GmbH</i>	45.517	31	4.031.531	427.700	-19.710
<i>Filmgalerie</i>	19.072	6	443.162	22.500	-5.933

Quelle: NÖKU Jahresabschluss 2005. Anmerkungen: Es waren keine Daten für Grafenegg und Schallaburg vorhanden. APC = Archäologischer Park Carnuntum.

Ein erster Blick auf Tabelle 2 zeigt eine Heterogenität der Betriebe, die auf die Kunstform und Größe der jeweiligen Betriebe zurückzuführen ist. Die meisten Besucher im Jahr 2005 hatte mit fast 170.000 die Kunstmeile Krems, zu welcher das Karikaturmuseum, die Kunsthalle Krems und die Factory zählt. Die höchsten Eigenerlöse wiesen die NÖ Tonkünstler, ein klassisches Orchester, auf. In den Eigenerlösen sind sämtliche Umsätze exklusive der öffentlichen Zuwendungen, die unter Förderung in Tabelle 2 ausgewiesen sind, enthalten. Mit Kulturförderungen in Höhe von etwas mehr als € 8 Mio. liegen die NÖ Tonkünstler auch hier klar an der Spitze. Die Höhe der Förderungen erklärt mitunter auch den Gewinn von fast € 500.000. Es sei hierbei auch festgehalten, dass die Betriebe der

NÖKU Verluste verzeichnen können. Dies ist bei kleineren Kulturbetrieben, die meist privat organisiert sind, nicht möglich.

Die kleinbetrieblich organisierte Kulturlandschaft Niederösterreichs

Wie bereits erwähnt, wurden neben den Informationen, die von der NÖKU bereitgestellt worden sind, auch zahlreiche Interviews mit Vertretern kultureller Kleinbetriebe geführt. In Tabelle 3 werden die wichtigsten Merkmale der befragten Kulturbetriebe bezüglich kultureller Form und struktureller Größe zusammengefasst.

Tabelle 3: Überblick – Befragte Kulturbetriebe NÖ, 2005/2006

	Kunstform	Besucher	Mitarbeiter	Förderung	Eigenmittel
<i>Allegro Vivo</i>	Kammermusik	8.000	5	365.000	345.000
<i>Blindenmarkt</i>	Operette/Musical	5.900	5	45.000	235.000
<i>Sommerspiele Melk</i>	Theater	7.600	-	386.394	375.800
<i>Musik Aktuell</i>	innovative Musik	6.400	4	100.000	0
<i>Cinema Paradiso</i>	Kino	54.000 ⁶	6	-	-
<i>Wald4tler Hoftheater</i>	Theater	15.000	-	-	-
<i>Bühnenwirthaus</i>	Kleinkunst/Musik	-	20	43.000	31.000

Quelle: Interviews mit bzw. Homepages von den Veranstaltern, Intendanten und Organisatoren.

Schon ein Vergleich der Besucherzahlen der Betriebe der NÖKU, Tabelle 2, und der individuell organisierten Betriebe, Tabelle 3, zeigt große Unterschiede. Die nicht unter dem Dach der NÖKU vereinten Kulturbetriebe sind im Durchschnitt sehr klein. Sie verfügen über eine durchschnittliche jährliche Besucherzahl von etwa 16.000 (inklusive des Ausreißers *Cinema Paradiso*) und kein Betrieb erhält Förderzuwendungen von über €400.000. Auch die kleineren Betriebe können den Betrieb nur mittels der Förderungen aufrecht erhalten. Meist arbeiten dazu viele Mitarbeiter ehrenamtlich. Die jeweiligen Veranstalter und Intendanten wenden viel Zeit und individuelles Engagement zur Verwirklichung der Projekte auf. Monetäre Sponsoringmittel finden sich nur in Ausnahmefällen und betragen im Schnitt € 30.000. Ein genauerer Überblick der interviewten Kulturbetriebe wird in Kapitel 5.4 – Individueller Evaluierungsansatz – gegeben.

⁶ Diese Zahl beinhaltet nur die Kinobesucher. Zählt man die restlichen Veranstaltungen und die Gastronomie hinzu so kommt man auf 133.000 in der Periode 2004/2005.

5.2 Wahl des Evaluierungsansatzes

Eine Evaluierung ist eine Beschreibung, Analyse und Bewertung von Prozessen oder Organisationseinheiten. Im Kontext dieser Studie soll ein Konzept entwickelt werden, dass den Erfüllungsgrad der Kulturförderziele (des Landes Niederösterreich) erfassbar macht. Am Ende dieses Entwicklungsprozesses stehen Kriterien und Ansätze zur Beurteilung individuelle Kulturbetriebe oder -organisationen hinsichtlich der Erfüllung der Förderziele. Zunächst werden verschiedener Indikatoren herangezogen, mit deren Hilfe man die Erreichbarkeit der zu evaluierenden Ziele feststellen kann. Aufgrund der strukturellen Unterschiede der betrachteten Evaluierungsobjekte (Kulturbetriebe) und deren abweichenden Zielsetzungen ist jeweils die Frage zu klären, ob die Anwendung eines allgemeinen Schemas zweckmäßig ist. Ist dies nicht der Fall, so sollten zunächst Gruppen gebildet werden, innerhalb derer die Implementierung eines Konzepts sinnvoll gestaltbar ist. Sind diese Gruppen definiert, so müssen adäquate Indikatorwerte für die heterogenen Evaluierungsgruppen festgeschrieben werden. Eine exakte Quantifizierung ist aufgrund der vielfältigen qualitativen Vorgaben und externen Effekte vielfach nicht möglich. In weiterer Folge müssen die definierbaren Indikatoren quantifiziert oder zumindest auf eine für alle Untersuchungsobjekte gültige Ebene gestellt werden. Nach genauer Definition der Kriterien können Objekte, die in eine bestimmte Gruppe fallen, mittels maßgeschneiderter Evaluierungsklassen bewertet und mit den Ergebnissen anderer Objekte dieser Gruppe verglichen werden. Hieraus ergibt sich entweder ein Ranking oder eine kritische Masse an Objekten, die durch Überschreitung eines bestimmten Grenzwertes die Kulturförderziele erfüllt haben.

Es kann nun ein horizontaler Ansatz, der Kulturbetriebe einer bestimmten Kulturform untersucht, oder ein vertikaler Ansatz, der Betriebe gleicher struktureller Charakteristika vergleicht, gewählt werden. Um die Wahl zu treffen, sollten zunächst die Merkmale der im Rahmen dieser Studie analysierten Kulturbetriebe dargestellt werden. Zur Gliederung können einerseits inhaltliche (horizontale) und zum anderen strukturelle (vertikale) Kriterien gewählt. Tabelle 4 und Tabelle 6 stellen diese beiden Schemen am Beispiel von sechs untersuchten Kulturbetrieben dar.

Tabelle 4: Vertikale Kategorisierung von Kulturbetrieben

Indikator \ Kulturbetrieb	1	2	3	4	5	6
Anzahl Veranstaltungen	50	12	26	19	89	I.B.
Besucher pro Periode	8.000	5.900	7.600	22.945	26.451	97.709
Anzahl Mitarbeiter	25	5	90	116	16	10
Höhe des Budgets	740.000	320.000	790.394	3.959.539	1.229.960	1.036.394
Anzahl Veranstaltungsorte	21	1	1	3	1	1

Quelle: Interviews, NÖKU Jahresbericht 2004. Anmerkung: I.B. = laufender Betrieb.

Tabelle 4 enthält mögliche strukturelle Indikatoren der Kulturbetriebe. Es wurden die Anzahl der Veranstaltungen, die gesamte Besucheranzahl pro Veranstaltungsperiode, die Anzahl der Mitarbeiter, die Höhe des periodischen Budgets und die Anzahl der Veranstaltungsorte gewählt. Die meisten der interviewten, kleineren Kulturbetriebe führen keinen laufenden Betrieb, sondern finden beispielsweise nur im Sommer statt. Außerdem decken sich die Veranstaltungsperioden meist nicht mit den Kalenderjahren, weshalb der Vergleich auf regelmäßigen Perioden basieren muss. Die in Tabelle 4 enthaltenen Indikatoren sind absolute Größen, da sie den völligen Umfang der Tätigkeit eines Betriebes widerspiegeln sollen. Einige der in Tabelle 4 enthaltenen Kennzahlen sind für Messfehler anfällig. So verfügt ein von jährlich etwa 100.000 Menschen besuchtes Museum im laufenden Betrieb über mehr als 300 Veranstaltungen, während ein archäologischer Park mit 70.000 Besuchern jährlich als eine Veranstaltung gilt. Die Anzahl der Veranstaltungen sagt in diesem Fall wenig über die tatsächliche Dimension des Kulturbetriebes aus. Ähnlich verhält es sich bei den Veranstaltungsorten und der Anzahl der Mitarbeiter. Ein 40köpfiges Wanderorchester, das 20 mal von einem Gasthausfestsaal in den nächsten zieht, wird nicht mit einem das ganze Jahr geöffneten und von vier Personen administrierten Museum vergleichbar sein. Die wohl am besten geeigneten Kennzahlen zur Gruppierung der Kulturbetriebe in Größenklassen sind die Höhe des Budgets und die Besucheranzahl. Sie geben hinsichtlich der Evaluierung der gewährten öffentlichen Zuwendungen die beste Abbildung des operativen Umfangs eines Betriebes wieder. So kann ein gewichteter Durchschnitt dieser Indikatoren verwendet werden, um vernünftige Klassifikationsgruppen zu bilden. Je nach politischer Zielsetzung kann eine Gleichverteilung durchgeführt oder ein Schwerpunkt auf Besucher bzw. Budget gelegt werden. In den ersten Zeilen der Tabelle 5 werden die auf 100 normierten Werte, d.h. jeder Werte wurde durch den maximalen Wert dividiert und mit 100 multipliziert, dargestellt. Die Höhe des Budgets F_i und die Besucheranzahl B_i eines Betriebes i wurden dann, wie in Gleichung (1) dargestellt, mit den jeweiligen Gewichten g_F und g_B zum Klassifikationsindikator I_i zusammengeführt.

$$I_i = g_F * F_i + g_B * B_i \quad (1)$$

mit

$$g_{F_i} + g_B = 1$$

Tabelle 5: Beispiel einer Gewichtung mit Einteilung in Größenklassen

Kulturbetrieb	1	2	3	4	5	6
auf 100 normiert						
Höhe des Budget	19	8	20	100	31	26
Besucher pro Periode	8	6	8	23	27	100
Gewichtung						
Gleichgewichtung	13	7	14	62	29	63
Budget 70, Besucher 30	16	7	16	77	30	48
Budget 30, Besucher 70	11	7	11	46	28	78

Quelle: Interviews, NÖKU Jahresbericht 2004. Eigene Berechnungen

Das in Tabelle 6 gebrachte Beispiel führt bei einigen Betrieben je nach Gewichtung zu stark abweichenden Ergebnissen, die Tendenz bleibt jedoch in etwa erhalten. Bei einer Normierung auf 100 könnte man beispielsweise vier Klassen definieren, die in Schritten zu 25 wechseln. Demnach wären die ersten drei untersuchten Kulturbetriebe in der kleinsten (1-25) und der fünfte in der zweitkleinsten (26-50) Klasse. Die Betriebe vier und sechs befinden sich, abhängig von der gewählten Gewichtung, in der zweithöchsten (51-75) oder höchsten (76-100) Klasse.

Eine zweite Möglichkeit der Klassifikation wäre ein horizontaler Ansatz, wobei inhaltliche Kriterien zur Gruppierung herangezogen werden. Tabelle 6 zeigt vier mögliche Indikatoren zur inhaltlichen Differenzierung. Man kann nun nach einzelnen Ausprägungen gruppieren und beispielsweise alle Museen oder Kinos in einer Kategorie zusammenfassen. Ein anderer Ansatz wäre, die restlichen Merkmale eines Betriebes zu betrachten und dann Gruppen bilden, deren Objekte mehrere Bedingungen erfüllen. So können beispielsweise alle überregional ausgerichteten Kulturbetriebe mit einem innovativen Programm, das sich überwiegend an Jugendlichen orientiert, gruppiert werden.

Tabelle 6: Horizontale Kategorisierung von Kulturbetrieben

Kulturbetrieb \ Indikator	Kultur-/Kunstform	Zielgruppe	Zeitgeist	Ausrichtung
1	Kammermusik	alt	traditionell	regional
2	Operette, Musical	jung und alt	innovativ	regional
3	Theater	jung und alt	beides	überregional
4	Konzertorchester	alt	traditionell	regional
5	Theater	jung und alt	populär	regional
6	Museum	jung und alt	innovativ	überregional

Quelle: Interviews, NÖKU Jahresbericht 2004

Im Folgenden wird nun ein allgemeines und ein individuelles Evaluierungskonzept vorgestellt. Das allgemeine Konzept basiert auf einer vertikalen Differenzierung, ist also nach Strukturgrößen gruppiert. Es kann zur Anwendung gelangen, wenn viele quantitative Informationen zur Verfügung stehen. Danach wird anhand der befragten Initiativen ein individueller Ansatz exemplifiziert. Diese Methode benötigt auch umfangreiche qualitative Informationen und eignet sich für Vergleiche unter gleichartigen Kulturbetrieben (horizontale Differenzierung).

5.3 Allgemeines Evaluierungskonzept

In diesem Abschnitt werden zunächst Indikatoren und dann ein konkretes Beispiel für einen allgemeinen vertikalen Evaluierungsansatz skizziert.

Indikatorbildung

Die Ziele des Kulturförderungsgesetzes und des Landesentwicklungskonzeptes können wie folgt zusammengefasst werden:

1. Partizipation der Bevölkerung:
 - a. Aktive kulturelle Betätigung,
 - b. Teilhabe an zeitgenössischer Kunst,
 - c. Lokale Identität,
 - d. Vermittlung kulturellen Bewusstseins und Kritikfähigkeit.

2. Kultur als Standortfaktor - Integration von Kultur und lokaler Wirtschaft:

- a. Regionale und inhaltliche Schwerpunktsetzung,
- b. Profilierung und Positionierung,
- c. Ausbau kultureller Standortqualitäten, Öffentlichkeitsarbeit,
- d. Partizipation lokaler Betriebe,
- e. Kooperation von Kulturbereich sowie Tourismus- und Freizeitwirtschaft.

Es sollen demnach sowohl ideelle (Ziel 1), als auch finanzielle bzw. ökonomische (Ziel 2) Ziele durch die Kulturförderung erreicht werden. Zur Überprüfung der eben dargelegten Punkte, müssen die allgemein formulierten Zielsetzungen operationalisiert und quantifiziert werden. Danach müssen Indikatorwerte definiert werden, bei deren Überschreitung die Erreichung bestimmter Ziele gegeben ist. Die Definition der Grenzwerte vieler Indikatoren ist eine politische Frage, da mit ökonomischen Methoden letztlich nur Aussagen über quantitative exakt formulierte Ziele getroffen werden können. Es können alternativ dazu einfache Rankings der Betriebe untereinander oder einzelner Betriebe über die Zeit ausgearbeitet werden.

Partizipation der Bevölkerung

Die Partizipation der Bevölkerung bzw. kulturinteressierten Publikums ist das primäre Anliegen sowohl seitens des Fördergebers als auch des Kulturveranstalters. Damit lässt sich das Verständnis für Kunst und Kultur stimulieren und die Beziehung zwischen Künstlern und Publikum vertiefen, also sowohl inkorporiertes als auch objektiviertes kulturelles Kapital als Voraussetzung für weiteres Schaffen und Partizipieren schaffen. Diese Interaktionen können im Sinne kulturpolitischer Vorgaben auch kulturelles Bewusstsein und Kritikfähigkeit vermitteln. Kunst und Kultur sollen die lokale Geschichte und Tradition vermitteln, um die Identität und den sozialen Zusammenhalt (in sinnvollem Ausmaß) zu steigern. Es soll aber auch der Zugang zu innovativen und modernen Kunstformen gestärkt und gefördert werden, um neue Werte, Ideen und kulturelle Vielfalt zu vermitteln.

Zur Operationalisierung des Ziels „lokale Identität“ sind Indikatoren, wie die regionale Besucherabdeckung, die regionale Ausrichtung des Programms oder die Beteiligung von Künstlern oder Laien aus der Region möglich. Um konkrete Indikatoren zu erhalten, müssen spezifische Merkmale der „Lokalität“, wie das Einzugsgebiet und die lokale Bevölkerung, berücksichtigt werden.

Der **Abdeckungsgrad** ($A_{t,i}$) des Kulturbetriebes i ließe sich mittels folgender Formel berechnen:

$$A_{t,i} = \frac{B_{t,i,m}}{P_{t,m}} * 100 \quad (2)$$

Die Variable $B_{t,i,m}$ steht für die Besucher der Periode t , des Kulturbetriebs i aus dem Einzugsgebiets der Region m . Die gesamte Bevölkerung des Einzugsgebiets ist in Gleichung (2) mit $P_{t,m}$ bezeichnet. Als empirisches Beispiel kann das *Wald4tler Hoftheater* gebracht werden. In den uns zur Verfügung stehenden Unterlagen finden sich Daten über das Einzugsgebiet, das 180.000 Menschen umfasst, der Besucher pro Jahr (15.000) und dem Anteil der Besucher aus der Region (68%). Hieraus ergibt sich eine regionale Abdeckung von 5,7%. Das Ergebnis dieses Indikators ist stark von der Definition des Einzugsgebiets abhängig. Es kann ein bestimmter Umkreis des Kulturbetriebes in km oder Stunden definiert werden. Eine andere Möglichkeit besteht darin, eine kritische Masse an Besucher, die aus bestimmten benachbarten Orten und Regionen regelmäßig die Veranstaltung besuchen, zu definieren und die jeweiligen Herkunftsorte als Einzugsgebiet zu wählen. Solche Informationen lassen sich üblicherweise durch Umfragen und Feedbacks des Publikums generieren. Eine Verzerrung tritt auf, da ein bestimmtes Individuum mehrmals innerhalb einer Periode eine Veranstaltung des Kulturbetriebs besuchen kann (und mit hoher Wahrscheinlichkeit auch wird) und daher mehrfach in der Besucheranzahl, jedoch nur einmal in der Bevölkerung des Einzugsgebiet erfasst ist.

Die **regionale Ausrichtung des Programms** der Kunst- und Kulturbetriebe ist eine Information, die überwiegend qualitativ erhoben werden muss. Viele Kulturbetriebe verfügen über Broschüren bzw. Homepages, die die benötigte Informationen beinhalten. Jede Region weist ihre eigenen kulturellen Merkmale auf, mit denen sich verstärkt Menschen aus dieser Region identifizieren. Durch die Beteiligung von Künstlern, Laiendarstellern und Mitarbeitern der Region kann eine lokale Identität der Veranstaltung geschaffen werden. Ein möglicher quantitativer Indikator für die regionale Beteiligung ($RB_{t,i}$) wäre der Prozentsatz der Künstler und Mitarbeiter der Region ($M_{t,i,m}$) an der Gesamtanzahl der Künstler und Mitarbeiter des Betriebes ($M_{t,i}$), wie in Gleichung (3) dargestellt.

$$RB_{t,i} = \frac{M_{t,i,m}}{M_{t,i}} * 100 \quad (3)$$

Genaue Daten sind für die in dieser Studie befragten Betriebe nicht verfügbar, da sie meist erst von den Veranstaltern aufbereitet werden müssten. Diese sind aber grundsätzlich erhebbar, wie die Befragung ergab. Als empirisches Beispiel können die Herbsttage *Blindenmarkt* genannt werden, an denen 120 Menschen aus dem Ort an der Organisation und der Aufführung beteiligt sind.

Viele Kulturbetriebe bieten über ihr Standardprogramm hinaus auch zusätzliche Veranstaltungen und Workshops mit speziellen Schwerpunkten an. Die Sommerakademie von *Allegro Vivo* unterhält ca. 40 Meisterkurse, Jugendförderungskurse sowie Kurse für Kinder und Eltern für ungefähr 300 Musikstudenten aus aller Welt. Diese Einrichtung kann als Ausbildungsauftrag bzw. Förderung der Internationalität im Sinne der Kulturförderziele ausgelegt werden. Neben den Operetten führen die Herbsttage *Blindenmarkt* auch 5 Kindermusicals pro Jahr auf. Diese werden ebenso professionell wie die Operetten inszeniert und binden Kinder der lokalen Musikhauptschule als Darsteller ein. Dadurch kann der Zugang zur Kultur schon in jungen Jahren gefestigt und Interesse am kulturellen Dasein geweckt werden. *Musik Aktuell* nimmt neben seiner Vermittlerrolle für Künstler auch andere Projekte, wie Seminare und Workshops war. Kulturelle Bildungsarbeit wird etwa in dergestalt geleistet, indem Schulprojekte von professionellen Künstlern begleitet werden. Darüber hinaus finden Seminare für Musikinteressierte und Künstler statt, wie z.B. die Jazzakademie.

Sonderveranstaltungen, wie Akademien und Seminare für Ausbildung, sind ebenso geeignet die **aktive Teilnahme an der Kultur** des Landes zu unterstützen, wie Projekte und Musicals für Schüler. Informationen einzelner Veranstalter sind sowohl qualitativ als auch quantitativ erhebbar. Mittels qualitativer Informationen lässt sich der Mix solcher Projekte überprüfen und steuern. Quantitative Indikatoren können das Ausmaß, in welchem diese Veranstaltungen regional auftreten, widerspiegeln. Es kann auch hierbei wieder durch regionale Verhältnisbildung versucht werden vorher definierte politisch wünschenswerte Zielwerte zu überprüfen. So stehen als Indikatoren vor allem die Anzahl verschiedenartiger Zusatzprogramme ($ZP_{t,i}$), sowie die Anzahl der Teilnehmer ($T_{t,i}$) als Verhältnis zur Bevölkerung des Einzugsgebiets ($P_{t,m}$) zur Verfügung, in Gleichung (4) als $BP_{t,i}$ definiert.

$$BP_{t,i} = \frac{T_{t,i}}{P_{t,m}} * 100 \quad (4)$$

Die Anzahl der Zusatzprogramme und Teilnehmer können auch Charakteristika des Kulturbetriebs, wie beispielsweise die oben beschriebenen strukturellen und inhaltlichen Kategorien, gegenübergestellt werden. Somit könnte man die Anzahl der Teilnehmer und Kurse innerhalb bestimmter Größen und Kunstformen vergleichen und evaluieren.

Um die gesamte (also regionale und überregionale) **Partizipationsrate** ($Part_{t,i}$) der Bevölkerung eines Betriebes zu evaluieren, kann man die Besucher ($B_{t,i}$) auf das regionale Potential ($P_{t,m}$) beziehen (siehe Gleichung (5)):

$$Part_{t,i} = \frac{B_{t,i}}{P_{t,m}} * 100 \quad (5)$$

Handelt es sich um inhaltlich ähnlich konzipierte Kulturbetriebe, so können diese mittels dieser Kennzahl verglichen werden.

Die **Vermittlung kulturellen Bewusstseins und Kritikfähigkeit** kann sich vielfältig manifestieren. Kunst und Kultur erfüllen den Bildungsauftrag auf unterhaltsame Art und Weise. Musik, Theater und Filme vermitteln Inhalte, die das Alltagsleben oft kritisch aufarbeiten bzw. neue Betrachtungsweisen eröffnen und Denkprozesse beeinflussen. So tragen der Anspruch bestimmter Stücke bzw. die Internationalität oder Innovation, die ein Programm beinhaltet, maßgeblich dazu bei, diese Werte zu übertragen. Die konkrete Erfassung des Anspruchs einer Ausstellung oder eines Stückes ist nicht wertfrei möglich. Renommierter Theaterstücke, klassische Opern können über den nötigen Anspruch verfügen, das kulturelle Bewusstsein zu stärken. Innovative moderne Kunst wiederum könnte vielleicht die Kritikfähigkeit und Toleranz anderen Kulturkreisen gegenüber stärken. Diese Ausprägungen sind mittels qualitativer programmatischer Informationen der Kulturbetriebe überprüfbar. So zeigt beispielsweise *Cinema Paradiso* anspruchsvolles Programmkinos abseits des Mainstreams. *Allegro Vivo* bindet internationale Topkünstler in die Konzerte ein und experimentiert gelegentlich mit Kunstformen ausländischer Kulturkreise. *Musik Aktuell* nimmt eine Vermittlerrolle zwischen unbekannten Künstlern moderner und innovativer Kunstformen und im ländlicheren Raum angesiedelten Veranstaltungszentren und Gasthäusern ein. Sie tragen somit dazu bei, dass innovative Kunst im kleineren Rahmen auch ländlichen Gegenden zugänglich gemacht wird.

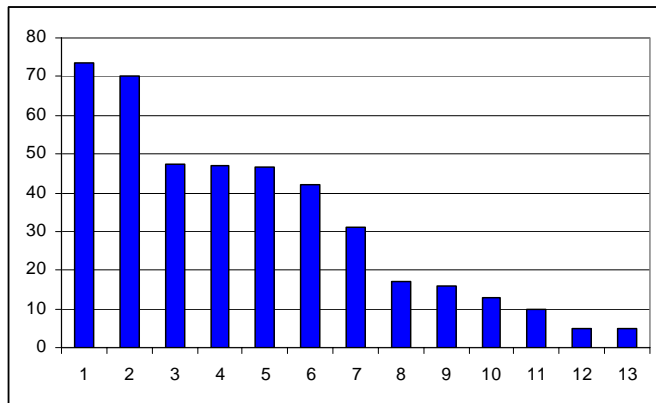
Kultur als Standortfaktor - Integration von Kultur und lokaler Wirtschaft:

Dieser Abschnitt widmet sich den Indikatoren, die Kultur als Standortfaktor für wirtschaftliche Aktivitäten einer Region abbilden. Es soll hier auf die Wirtschaftlichkeit des Kulturbetriebs selbst, aber auch auf die Umwegrentabilität über Betriebe, Gasthäuser, Hotels und den Tourismus der Region eingegangen werden. Es gibt viele ökonomische Methoden und Kennzahlen, um die Erreichung dieser Ziele quantitativ zu evaluieren. Andere Ziele, wie die regionale Schwerpunktsetzung, Positionierung bzw. Profilierung sind eher qualitativer Natur und bedürfen weiterer Konkretisierung.

Die Überprüfung der Wirtschaftlichkeit eines Betriebes, vorausgesetzt die benötigten Informationen sind vorhanden, ist eine Standardprozedur der Betriebswirtschaftslehre. Kulturbetriebe der NÖKU sind als Kapitalgesellschaften zur doppelten Buchhaltung und Jahresabschlusserstellung verpflichtet. Mittels der vorhandenen Daten lassen sich die nötigen Indikatoren zur innerbetrieblichen Wirtschaftlichkeit zusammenstellen. Bei staatlich geförderten Betrieben stellt man zunächst meist die Frage nach dem **Deckungsgrad** ($DG_{t,i}$) der betriebseigenen realisierten Einnahmen. Hierfür bezieht man die Einnahmen exklusive der erhaltenen Zuwendungen ($E_{t,i}$) auf die gesamten Umsatzerlöse ($U_{t,i}$).

$$DG_{t,i} = \frac{E_{t,i}}{U_{t,i}} * 100 \quad (6)$$

Abbildung 5: Beispiel – Deckungsgrad von 13 Kulturbetrieben 2005/2006, in %



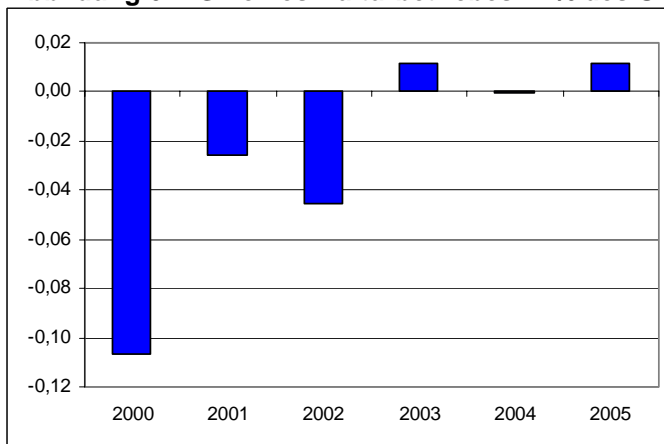
Quelle: Interviews, NÖKU Jahresbericht 2005, Eigene Berechnungen

Abbildung 5 stellt einen Vergleich der Deckungsgrade für 13 Unternehmen dar. Wie gesehen werden kann, unterscheiden sich die betrachteten Unternehmen signifikant voneinander. Es gibt zwei Betriebe, die einen Deckungsgrad von etwa 70% aufweisen, aber auch zwei, die unter 10% liegen.

Neben dem Deckungsgrad wird auch oft das **Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit** (EGT) in Prozent des Umsatzes als Indikator für Wirtschaftlichkeit verwendet:

$$EGTU_{t,i} = \frac{EGT_{t,i}}{U_{t,i}} * 100 \quad (7)$$

Dieses Ergebnis ist frei von Rücklagenbewegungen, Verlustvorträgen und außerordentlichen (mit der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit nichts zu tun habenden) Erträgen. Ist das EGT positiv, so wirtschaftet das Unternehmen mit den ihm zur Verfügung stehenden Mitteln effizient. In privatwirtschaftlichen und gewinnorientierten Betrieben wird meist auf ein stetig steigendes Ergebnis Acht gegeben, um den Aktionären keine Anreize zu bieten, ihr Kapital anderswo gewinnbringender anzulegen. In **Abbildung 6** wird die Entwicklung des EGT in Prozent des Umsatzes eines Betriebes von 2000 bis 2005 dargestellt. Dieser **Abbildung** nach befindet sich die Wirtschaftlichkeit des Unternehmens in einem ständigen Auf und Ab. Seit 2003 werden aber tendenziell positive Ergebnisse erreicht.

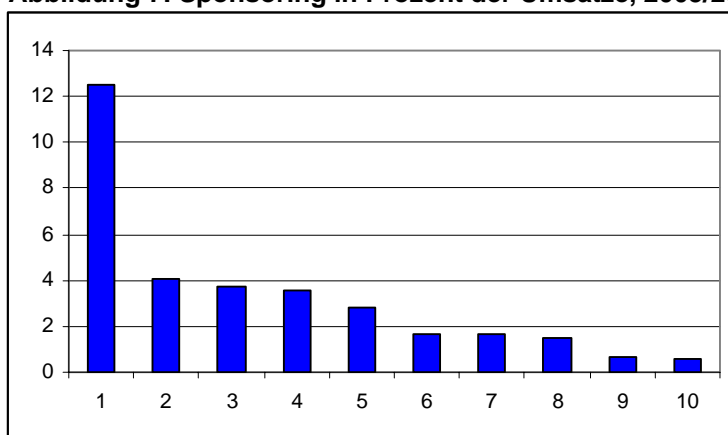
Abbildung 6: EGT eines Kulturbetriebes in % des Umsatzes, 2000-2005

Quelle: NÖKU Jahresberichte.

Es wäre von Seiten der Fördergeber ein wünschenswerter Zustand, wenn gewährte Zuwendungen auch von privaten Mitteln begleitet würden, sprich **monetäres Sponsoring**⁷. Das Sponsoring ($Sp_{t,i}$) kann, um die verschiedenen Größenklassen zu berücksichtigen, auf die gesamten Umsätze ($U_{t,i}$) bezogen werden.

$$Sl_{t,i} = \frac{Sp_{t,i}}{U_{t,i}} * 100 \quad (8)$$

In Abbildung 7 sind für 10 Betriebe exemplarisch die Sponsoringmittel in Prozent der Gesamtumsätze ($Sl_{t,i}$) ausgegeben. Im Großteil der Betriebe beträgt das Sponsoring in etwa ein bis vier Prozent der Umsätze. Lediglich ein Betrieb sticht mit über 12 Prozent heraus.

Abbildung 7: Sponsoring in Prozent der Umsätze, 2005/2006.

Quelle: Interviews, NÖKU Jahresbericht 2005, Eigene Berechnungen

⁷ Zur Vollständigkeit müssten alle Sachzuwendungen mit ihrem Geldwert ebenfalls inkludiert werden.

Bei kolportierten Unternehmen wird das Sponsoring meist in der Dachgesellschaft ausgehandelt und auf die einzelnen Unternehmen verteilt. Dies ist rein aufwandstechnisch wünschenswert, jedoch meist wenig zielführend, da auf einzelne Zielgruppen der verschiedenen Veranstalter nicht näher eingegangen werden kann. Als weitere Determinanten der Höhe von Sponsoringmittel könnten der Ruf und das Prestige des Events, die Öffentlichkeitsarbeit der Veranstalter und die Größe der Organisation vermutet werden.

Eine der zielführendsten Methoden zur Evaluierung des wirtschaftlichen Potentials eines kulturellen Ereignisses ist eine **Umwegrentabilitätsrechnung**. Diese legt ihren Fokus vor allem auf die regionalen Beschäftigungs- und Wertschöpfungseffekte, die direkt⁸ und indirekt⁹ durch stattfinden einer kulturellen Veranstaltung realisiert werden. *Allegro Vivo* und die *Sommerspiele Melk* haben solche Kalkulierungen von externen Expertenteams durchführen lassen. Ab welcher Höhe die wirtschaftlichen Auswirkungen des kulturellen Schaffens als signifikant oder zufriedenstellend hinsichtlich der gegebenen Zuwendung Seitens des Förderers erachtet werden, ist eine politische Fragestellung. Man erhält jedenfalls eine mit wissenschaftlichen Methoden erstellte Quantifizierung der Effekte, welche für Benchmarks bzw. „best practise“ Analysen geeignet ist und als Rechtfertigungsgrund für Förderungen dienen kann. Die vielfältigen **Auswirkungen von Veranstaltungen auf regionalwirtschaftliche Aktivitäten** wie Gastronomie, Nächtigungen und Transport können innerhalb einer genaueren Untersuchung detailliert erfasst werden. Da für die Durchführung solcher Studien kostspielige Experteninstitute engagiert werden müssen, sind viele kleine Veranstaltungen womöglich nicht in der Lage, dieses Instrument zu nutzen. Eine Forcierung solcher quantitativer Untersuchungen erscheint als sinnvoll und sollte vom Fördergeber vorangetrieben werden. Die errechneten Wertschöpfungseffekte können dann auf die Wertschöpfung des Einzugsgebiets bezogen werden, um einen Indikator für die regionalwirtschaftlichen Aktivitäten zu erhalten:

$$RWA_{t,i} = \frac{BIP_{t,i}}{BIP_{t,m}} * 100 \quad (9)$$

Auch könnte eine etwas komplexere ökonomische Methode verwendet werden, um die Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte kultureller Aktivitäten einer Region festzustellen. Durch **regionale Input-Output Modelle** können die Folgeeffekte von Investitionen bestimmter wirtschaftlicher Sektoren auf andere Sektoren eruiert und quantifiziert werden. Es wird dabei davon ausgegangen, dass jeder Wirtschaftszweig durch Vorleistungen mit

⁸ Direkte Effekte entstehen durch Ausgaben für Güter, Dienstleistungen und Beschäftigte die zur Errichtung bzw. zum Erhalt der kulturellen Veranstaltung benötigt werden.

⁹ Indirekte Effekte entstehen dadurch, dass nach Abzug der regionalen Abflüsse, Sparquote und Steuern die Ausgaben der direkten Effekte wieder der regionalen Wirtschaft zu Gute kommen.

anderen Wirtschaftszweigen verbunden ist und folglich bei Erhöhung der Endnachfrage, diese verbundenen Sektoren durch die Abnahme der Vorleistungen stimuliert. Bei Sektoren mit hoher heimischer Wertschöpfung und regionaler Verflechtung entstehen große Nachfrageimpulse für die Region. Da eine Erhöhung der Wirtschaftsleistung meist mit steigender Beschäftigung verbunden ist, lassen sich unter bestimmten Annahmen auch die Beschäftigungseffekte für eine Region berechnen. Für diese Art der Analyse müsste man die bestehenden nationalen Input-Output Modelle auf die regionale Ebene herunterbrechen. Eine solche regionale Input-Output Tabelle besteht für das Jahr 2002, sodass die regionalen wirtschaftlichen Effekte von Investitionen in Kultur prognostiziert werden könnten. Dabei ist es wichtig, genaue Informationen über Sektoren in welchen die Ausgaben und Investitionen erfolgen zu sammeln, um einen adäquaten Nachfragevektor als Input zu erhalten, den man in die Analyse einbringen kann.

Der Ausbau der **kulturellen Standortqualität** verbunden mit verstärkter **Öffentlichkeitsarbeit** ist ein wichtiger Faktor, der die kulturelle Identität einer Region formt. Die Kulturbetriebe werden hinsichtlich der Aufwendungen, die unternommen werden, um die Region bzw. das Umfeld kulturell zu stärken, untersucht. Ein möglicher Indikator ist die Anzahl der Projekte bzw. die Höhe der damit verbundenen Ausgaben die aufgewendet werden. Diese Ausgaben können auf die erhaltene Förderung bezogen werden, um Größeneffekte zu eliminieren. Konkrete Daten bezüglich der Ausgaben zur Stärkung der kulturellen Schwerpunkte der Region wurden nicht zur Verfügung gestellt. Die Höhe der aufgewendeten Mittel für Projekte zur Stärkung der kulturellen Infrastruktur einer Region, müssten jedoch von den einzelnen Veranstaltern in quantitativer Form vorliegen. Der Indikator für Standort und Öffentlichkeitsarbeit ($s\ddot{O}_{t,i}$) gibt die Ausgaben in Standortqualität und Öffentlichkeitsarbeit $\ddot{O}A_{t,i}$ in Prozent der gesamten von Betrieb i erhaltenen Subventionen $S_{t,i}$ an:

$$s\ddot{O}_{t,i} = \frac{\ddot{O}A_{t,i}}{S_{t,i}} * 100 \quad (10)$$

Ein ähnliches Thema spricht die Zielsetzung der **regionalen und inhaltlichen Schwerpunktsetzung** an. Die damit verbundene Einbindung regionaler Betriebe kann mit den vorher besprochenen Methoden der Umwegrentabilitätsanalyse bzw. des Input-Output Modells berechnet werden. Eine andere Möglichkeit zur Feststellung der regionalen Attraktivität ist es die überregionalen Besucher zu erfassen. Diese werden sehr stark von der Verkehrsanbindung, der gastronomischen Versorgung und dem kulturellem Angebot abhängig sein.

$$\ddot{U}R_{t,i} = \frac{B_{t,i} - B_{t,i,m}}{P_{t,m}} * 100 \quad (11)$$

In Gleichung (11) wird der Anteil der überregionalen Besucher (Differenz zwischen allen Besuchern und Besuchern aus der Region m , $B_{t,i} - B_{t,i,m}$) in Prozent des regionalen Einzugsgebiets ($P_{t,m}$) dargestellt. Sinnvollerweise sollten nur Betriebe miteinander verglichen werden, die ähnliche inhaltliche Zielsetzungen verfolgen und darauf ausgerichtet sind, ein überregionales Angebot zu schaffen. Um die Gründe des Besuchs und den genauen Herkunftsort der Besucher zu erfahren, könnten **Besucherbefragungen** durchgeführt werden. Im Zuge einer Diplomarbeit wurde eine solche Befragung für *Allegro Vivo* im Jahr 2002 durchgeführt. Hieraus lassen sich einige interessante Informationen gewinnen, die zur Evaluierung einiger Ziele herangezogen werden können. So kann beispielsweise ein Profil des typischen Veranstaltungsbesuchers erstellt werden. Im Fall von *Allegro Vivo* ist das eine 50jährige pensionierte Niederösterreicherin mit einem Nettoeinkommen von bis zu € 1500 monatlich, die mit eigenem PKW in Begleitung anreist. Weiters enthält die Befragung noch Informationen bezüglich Wiederbesuchsabsicht, Unterkunft, Anreise, Gefallen der Veranstaltung, Anzahl bisher besuchter Konzerte, Erreichbarkeit oder Werbung. Ergebnisse solcher Befragungen können als Grundlage dienen, die Partizipation verschiedener Bevölkerungsschichten am kulturellen Geschehen zu überprüfen und Werbemaßnahmen gezielt einzusetzen. Aussagen über Unterkunft, Anreise und Erreichbarkeit sind wichtige Indikatoren für touristische Aktivitäten. Die Durchführung von Konsumentenbefragungen innerhalb kultureller Veranstalter sollte unterstützt werden und nicht nur gelegentlich stattfinden. Dadurch ließen sich viele quantitative und qualitative, operative Zielvorgaben definieren, die bei einer Wiederholungsbefragung (ein paar Jahre später) evaluiert werden könnten.

Das letzte zu evaluierende Ziel ist die **Profilierung und Positionierung** der Kulturbetriebe einer Region. Gibt es mehrere Betriebe, die sich innerhalb der Region einem ähnlichen Angebot widmen oder prägt ein Betrieb die lokale kulturelle Landschaft einer bestimmten Kunstform? Ein Ansatz, sich dieser Fragestellung zu nähern, wäre es, Regionen zu definieren und alle dort vorhandenen Kulturanbieter in Gruppen zusammenzufassen. Finden sich mehrere gleichartige oder ähnliche Kunst- und Kulturformen innerhalb dieser regionalen Gruppen, so kann eine Spezialisierung angenommen werden. Um den konkreten Grad der Spezialisierung festzustellen, sollten die Besucher aller Betriebe auf das Regionale Potential (Bevölkerung des Einzugsgebiets) bezogen werden.

$$PP_{t,i} = 100 * \sum_{i=1}^j \frac{B_{t,i}}{P_{t,m}} \quad (12)$$

wobei für $i = 1, 2, 3, \dots, j$ gilt $i \in A$ und A eine Menge von Betrieben gleichartiger Kunstform ist. Somit wird in Gleichung (12) die Summe der Besucher aller gleichartigen Betriebe $B_{t,i}$ auf das regionale Potential $P_{t,m}$ bezogen. Eine Möglichkeit der Visualisierung bilden geografische Informationssysteme (GIS), die jeden Kulturbetrieb als Punkt auf einer Karte Niederösterreichs auftragen können. Die Größe des Punkts könnte die Anzahl der Besucher

angeben und die Farbe die jeweilige Kunstform, womit sich ein grafisches Konzentrationsmaß für bestimmte Kulturformen darstellen lässt. GIS sind jedoch in der Vorbereitung und Benutzung sehr aufwendig, da eine Vielzahl an Daten zusammengetragen und gewartet werden müssen.

Beispiel des allgemeinen Evaluierungskonzeptes

Um nun das gesamte Konzept zu demonstrieren, wird ein Beispiel mit fiktiven Betrieben gebracht. Dadurch soll die Funktionsweise näher gebracht und die benötigten Daten aufgezeigt werden. Wie bereits erwähnt, müssen zunächst Benchmarkgruppen gebildet werden, um auf die unterschiedlichen Strukturen und inhaltlichen Zielsetzungen der Betriebe eingehen zu können. Im folgenden Beispiel unterscheiden sich die betrachteten Betriebe hinsichtlich der Kunstform, weisen aber ähnlich hohe Budgets und Besucherzahlen auf, weshalb ein vertikaler Ansatz gewählt wurde. Tabelle 7 zeigt die konstruierten Daten für vier fiktive Betriebe. Um die oben beschriebenen Indikatoren bilden zu können, werden genau diese Daten benötigt.

Tabelle 7: Beispiel – Daten für allgemeinen Evaluierungsansatz

Kulturbetrieb	1	2	3	4
Kunstform	Oper	Kino	Theater	Museum
Besucher, insgesamt	15.000	10.000	17.000	13.000
aus der Region	5.000	8.000	16.000	3.000
überregional	10.000	2.000	1.000	10.000
regionaler Einzugskreis	180.000	200.000	90.000	300.000
reg. Wertschöpfung in Mio. €	2.500	3.000	1.500	4.000
Mitarbeiter	15	8	10	6
davon aus der Region	6	8	9	2
Teilnehmer bei Zusatzprojekten	60	40	150	0
Eigenerlöse	400.000	350.000	100.000	350.000
Förderung	1.500.000	1.300.000	2.000.000	2.000.000
Sponsoring	50.000	10.000	30.000	40.000
Umsatz	1.900.000	1.650.000	2.100.000	2.350.000
EGT	55.000	200	-800	-6.000

Umwegrentabilität	300.000	250.000	600.000	100.000
Ausgaben ÖA, Standort	30.000	10.000	60.000	2.000

Quelle: Eigene

Wendet man die Formeln des vorherigen Abschnitts auf die Daten in Tabelle 7 an, so erhält man die einzelnen Indikatoren der Ziele 1 und 2, siehe Tabelle 8. Für die weitere Vorgehensweise gibt es zwei Möglichkeiten. Die Ergebnisse aus Tabelle 8 können mit politischen Zielvorgaben oder (falls vorhanden) internationalen Richtwerten verglichen werden. Überschreitet ein Kulturbetrieb bestimmte Indikatorwerte, so kann das jeweilige Kulturförderziel als erfüllt betrachtet werden. Ein gänzlich anderer Ansatz wäre ein Benchmarking der betrachteten Betriebe untereinander. Hierbei wird kein konkreter Grenzwert, ab welchem ein bestimmtes Ziel erreicht ist, vorgegeben, sondern es werden die einzelnen Indikatoren aggregiert und diese Aggregate werden dann innerhalb der untersuchten Gruppe gereiht.

Tabelle 8: Indikatoren der Kulturförderziele

Kulturbetriebe	1	2	3	4
Ziel 1				
Abdeckungsgrad	2,78	4,00	17,78	1,00
Regionale Beteiligung	40,00	100,00	90,00	33,33
Beteiligung an Programmen	0,03	0,02	0,17	0,00
Partizipationsrate	8,33	5,00	18,89	4,33
Ziel 2				
Deckungsgrad	21,05	21,21	4,76	14,89
EGT	2,89	0,01	-0,04	-0,26
Induzierte regionale wirtschaftliche Aktivitäten	0,03	0,02	0,04	0,01
Sponsoringindikator	2,63	0,61	1,43	1,70
Standortqualität	2,00	0,77	3,00	0,10
Überregionalität	5,56	1,00	1,11	3,33

Quelle: Eigene Berechnungen

Um die einzelnen Subindikatoren aggregieren zu können, müssen sie normiert werden. In Kapitel 5.2 wurde bereits die Normierung um den maximalen Wert gezeigt. Diese Methode

soll auch hier wieder zur Anwendung kommen. Man erreicht eine Normierung um 100, indem man jeden Wert eines Indikators durch den jeweiligen Maximalwert des Indikators dividiert und mit 100 multipliziert¹⁰.

Tabelle 9: Auf 100 normierte Werte der Indikatoren

Kulturbetrieb	1	2	3	4
Ziel 1				
Abdeckungsgrad	16	23	100	6
regionale Beteiligung	40	100	90	33
Beteiligung Programme	20	12	100	0
Partizipationsrate	44	26	100	23
Ziel 2				
Deckungsgrad	99	100	22	70
EGT	100	0	0	0
Induzierte regionale wirtschaftliche Aktivitäten	80	42	100	25
Sponsoringindikator	100	23	54	65
Standortqualität	67	26	100	3
Überregionalität	100	18	20	60

Quelle: Eigene Berechnungen

Der letzte Schritt besteht darin, die Subindikatoren der zwei Ziele zu gewichten, um die Indikatoren für Ziel 1 und Ziel 2 zu erhalten. Die Wahl der Gewichte sollte sich nach der Relevanz der betrachteten Größe richten. Diesbezügliche Prioritätensetzungen obliegen kulturpolitischen Ausrichtungen.

¹⁰ Negative Indikatorwerte, bspw. EGT, wurden auf 0 gesetzt.

Tabelle 10: Gewichtung der Subindikatoren

Kulturbetrieb	1	2	3	4	Gewicht
Abdeckungsgrad	16	23	100	6	0,30
regionale Beteiligung	40	100	90	33	0,25
Beteiligung Programme	20	12	100	0	0,10
Partizipationsrate	44	26	100	23	0,35
Ziel 1	32	42	98	18	0,50
Deckungsgrad	99	100	22	70	0,40
EGT	100	0	0	0	0,05
Induzierte reg. wirtschaftliche Aktivitäten	80	42	100	25	0,40
Sponsoringindikator	100	23	54	65	0,05
Standortqualität	67	26	100	3	0,05
Überregionalität	100	18	20	60	0,05
Ziel 2	90	60	58	44	0,50
beide	61	51	78	31	

Quelle: Eigene Berechnungen

Die in der letzten Spalte in Tabelle 10 zufällig gewählte Gewichtung reiht den Kulturbetrieb 3 mit einem Wert von 78 von 100 an die erste Stelle des Vergleichs. Dem folgt Kulturbetrieb 1 und 2 mit 61 bzw. 51 und etwas abgeschlagener Kulturbetrieb 4 mit 31. Die Ergebnisse sind klarerweise sehr stark von der Wahl der Gewichte abhängig. Würde man beispielsweise die Indikatoren „regionale Beteiligung“ und „Deckungsgrad“ mit über 0,75 gewichten, so schneidet Betrieb 2 am besten ab.

5.4 Individueller Evaluierungsansatz

Da eine Vielzahl an Kennzahlen für kleinere Kulturbetriebe nicht verfügbar ist, kann alternativ zum oben besprochenen Ansatz auch eine individuellere horizontale Evaluierungsmethode angewandt werden. Die folgende Methode orientiert sich an den Informationen, Daten und Erfahrungen, die aus den persönlichen Interviews gewonnen werden konnten. Aufbauend auf diesen Informationen soll ein einfach anzuwendender praktischer Evaluierungsansatz entwickelt werden. Dabei wird auf die Fragestellung eingegangen: Was steht einer Förderung in einer bestimmten Höhe an Leistungen des geförderten Betriebes gegenüber? Hierbei verhalten sich die Betriebe je nach Größe und Kulturgattung verschieden, wodurch je nach Sachlage andere Fragen gestellt werden müssen.

Allegro Vivo

Allegro Vivo wurde 1979 mit der Intention gegründet, einen Brückenschlag zwischen Kultur, Alltag und Beruf zu schlagen. Pro Jahr werden ca. 50 Konzerte durchgeführt, die jeweils unter einem Leitthema stehen und gemeinsam mit internationalen Künstlern unterschiedlicher Kulturkreise, die auch Kompositionsaufträge erhalten, durchgeführt werden. Das Publikum stammt überwiegend aus den Ballungsräumen aber auch aus der Region Waldviertel. Ohne regionales Interesse wäre *Allegro Vivo* nicht durchführbar. Aus diesem Grunde können die Gagen und Eintrittspreise gewisse Grenzen nicht überschreiten. *Allegro Vivo* kann dadurch an kleinen regionale Spielorte stattfinden, die von großen kommerziellen Orchestern nicht bedient werden können. Damit wird ein spezifisches regionales kulturelles Kapital, mit einer entsprechenden Nachfrage generiert, das durch *Allegro Vivo* eine institutionelle Form erhält. Die externen Effekte im Sinne der kulturpolitischen Vorgaben bestehen in einem hohen Eigenaufwand und ehrenamtlicher Tätigkeit. Darüber hinaus sind Effekte für die lokale Wirtschaft darstellbar. *Allegro Vivo* beauftragte ein Institut die regionale Umwegrentabilität seiner Aktivitäten in NÖ zu berechnen. Schematisch kann dieses Modell wie folgt zusammengefasst werden: Die Ausgaben der Beschäftigten, die Ausgaben für Güter und Dienstleistungen und die Ausgaben der Besucher führen der Region finanzielle Mittel in Form von Investitionen und Konsum zu. Erhöhter Konsum und Investitionen führen zu mehr Beschäftigung und weiteren Konsumausgaben. Bereinigt man die Effekte um die Sparquote und die Umlandabflüsse, so erhält man den Nettoeffekt. Da die dadurch induzierte Wertschöpfungssteigerung wiederum Effekte entfaltet, muss zwischen Erst-, Zweit- bzw. Drittrundeneffekten (usw.) unterschieden werden. Die von *Allegro Vivo* beauftragte Studie errechnete die direkten und indirekten Effekte auf 637.673 Euro.

Zusammenfassend ist *Allegro Vivo* ein Kulturbetrieb, der in zahlreichen Veranstaltungsorten, Kammermusik für eine Zielgruppen von über 40 Jahren aus vorwiegend Niederösterreich

anbietet. Exemplarisch kann für *Allegro Vivo* eine Bilanz dargestellt werden, in der den erhaltenen Förderungen, die *Allegro Vivo* jährlich bezieht, die messbaren betrieblichen Effekte gegenübergestellt werden können. In dieser Bilanz können die externen Effekte per definitionem freilich nicht abgebildet sein können. Die nachfolgende Tabelle stellt einige Kennzahlen dar, die anhand der Informationen von *Allegro Vivo* erstellt werden konnten.

Tabelle 11: Kennzahlen *Allegro Vivo*

Besucher pro € 1.000 Förderung	22
Besucher pro € 1.000 verwendete Mittel	11
Sponsoring pro € 1.000 Förderung	82
Umwegrentabilität pro € 1.000 Förderung	1.747
Auslastungsgrad (Durchschnitt)	95%
Deckungsgrad (Kartenerlös, Sponsoring)	50%

Quelle: *Allegro Vivo* 2006, Eigene Berechnungen.

Bei *Allegro Vivo* entfallen auf € 1.000 erhaltener Förderung durchschnittlich 22 Besucher. Die vergebene Förderung pro Besucher ist ein Indikator, dessen Aussagegehalt sich durch eine vorherige Diskussion und der Bestandsaufnahme des entsprechenden regionalen kulturellen Kapitals bestimmt und dessen Bedeutung sich mutmaßlich erst auf der Grundlage einer längeren Zeitreihe ergibt. Mittels dieses Indikators kann nur eine Aussage darüber getroffen werden, ob eine möglichst große Anzahl an Besuchern mit bestimmtem Mitteleinsatz angezogen werden konnte, wenn die Förderungen oder die Besucheranzahl über die Zeit konstant blieben. Da sich die Besucheranzahl nicht direkt beeinflussen lässt, könnte man eine bestimmte Förderhöhe vereinbaren und über bestimmte Zeiträume kontrollieren, ob mit diesem fixen Mitteleinsatz mehr Besucher etwa durch effizienteren Einsatz der Förderungen gewonnen werden können. Dieser Indikator sagt natürlich nichts über die Qualität der organisierten Events aus, weshalb eine kurzfristige Steigerung dieses Werts durch qualitativ mangelhafte Veranstaltungen langfristig zu einbrechenden Besucherzahlen führen könnte (durch schlechte Kritiken und unzufriedene Besucher). Alternativ dazu könnte diese Zahl auch mit anderen, ähnlichen Kulturbetrieben verglichen werden um einen Benchmarkwert zu erhalten. Betrachtet man die verwendeten Mittel, also das insgesamt zur Verfügung stehende Budget, so können pro eingesetzte 1.000 Euro durchschnittlich 11 Besucher verzeichnet werden.

Ein weiteres Beurteilungskriterium lässt sich aus den Zuwendungen von Sponsoren gewinnen, die ebenfalls auf die Förderhöhe bezogen werden können. Im konkreten Fall

wurden pro € 1.000 Förderung € 82 aus Sponsoring lukriert. Im Sinne der Subsidiarität sind Fördergeber daran interessiert, dass die geförderten Betriebe sich nach privaten Sponsoren umsehen, die ebenfalls ein Interesse an Kunst und Kultur haben und bereit sind, die positiven externen Effekte für die eigenen Person oder den eigenen Betrieb abzugelten. Darüber hinaus lassen sich über Werbung und Product Placement zusätzliche Einnahmen erzielen, die den Staat als Förderer entlasten.

Die externen Effekte der kulturellen Initiative auf die regionale Wirtschaft können ebenfalls auf die Kulturförderung bezogen werden. Bei *Allegro Vivo* stehen öffentliche Zuwendungen von € 1.000 durch die wirtschaftliche Aktivität des Kulturbetriebs induzierte Wertschöpfungseffekte von € 1.747 gegenüber. Es sei hier angemerkt, dass lediglich zwei der sechs befragten Betriebe solche Umwegrentabilitätsrechnungen durchgeführt haben. Jedoch stellen sie eine konkretere ökonomische Rechtfertigungsbasis für staatliche Interventionen in die Privatwirtschaft dar. Induzierte Wertschöpfungen von über € 1.000 pro eingesetzte € 1.000 sind generell sehr positiv zu bewerten. Doch gilt auch hier, dass dem Aussagegehalt dieses Indikators im kulturellen Kontext jeweils eine Diskussion der kulturpolitischen Vorgaben im Rahmen eines konkreten Projektes innerhalb einer bestimmten Region voranzugehen hat.

Der durchschnittliche Auslastungsgrad ist ein weiterer wichtiger Indikator im kulturellen Kontext. Bei Veranstaltungen von *Allegro Vivos* beträgt dieser 95%. Den Auslastungsgrad einer Veranstaltung (oder eines Betriebes) erhält man durch Bezug der Besucher auf die Kapazität (oder auch Massette genannt) der jeweiligen Veranstaltung(en) oder Ausstellung(en). Eine Erhöhung des Auslastungsgrades ist ein wesentliches Zwischenziel zur Erreichung eines möglichst effizienten Einsatzes von Fördermittel. Eine Verringerung des Auslastungsgrades kann auf drei Entwicklungen zurückzuführen sein. Zum einen kann bei gleichbleibender Kapazität die Besucherzahl sinken, was die Auslastung senkt. Zweitens kann nach Ausbau einer Veranstaltungs- oder Ausstellungslokation die Besucherzahl unverändert bleiben. Die dritte Möglichkeit ist, dass eine Erhöhung (Senkung) der Kapazität zu einer geringeren Erhöhung (Senkung) der Besucherzahl führt. In der Praxis ist der Auslastungsgrad eine schwer zu interpretierende Größe, da bestimmte Veranstaltungsräume nicht über fixe Kapazitäten verfügen. Sie kann abhängig von der Veranstaltung aufgestockt oder reduziert werden, um jederzeit einen gewünschten Auslastungsgrad zu erreichen. Regelmäßig ungenutzte Veranstaltungslokationen führen zu Leerlaufkosten, aufgrund anfallender Fixkosten (wie Miete, Heizung, Wartung, Personal usw.) die sowohl bei gefüllten als auch bei leeren Räumen entstehen, weshalb auf eine hohe Auslastung geachtet werden sollte. Ein Auslastungsgrad von 95%, wie bei *Allegro Vivo*, kann als sehr hoch interpretiert werden.

Da das Unternehmen demnach auf hohem Auslastungsniveau operiert, kann man annehmen, dass eine Art Maximum des zu erreichenden Kartenerlöses gegeben ist. Kartenverkauf und Sponsoring machen 50% der insgesamt zur Verfügung stehenden Mittel

aus. Der Rest wird durch Förderungen aufgebracht, was bedeutet, dass auf jeden durch Kartenverkauf oder Sponsoring aufgebrachten Euro ein Euro an Förderung entfällt. Diese Zahl muss mit ähnlichen Betrieben verglichen werden, um dessen volle Aussagekraft zu entfalten.

Neben diesen qualitativen Kennzahlen kann noch eine Reihe von qualitativen Fragen gestellt werden, um den gesamten Umfang der Tätigkeit *Allegro Vivos* einzufangen. Dies könnte wie folgt aussehen:

- Werden Zusatzprogramme angeboten, um die aktive Beteiligung der Bevölkerung am kulturellen Schaffensprozess zu fördern?

Allegro Vivo bietet neben den Konzerten auch Seminare für Künstler, aber auch für Eltern und Kinder an. Dadurch wird die aktive Beteiligung am kulturellen Prozess gefördert.

- Treten regelmäßig internationale Künstler auf?

Es treten regelmäßig internationale Künstler auf und die Konzepte der Konzerte beruhen auf der Idee eine Brücke zu anderen Kulturkreisen aufzubauen.

- Praktiziert der Kulturbetrieb zeitgenössische Kunst?

Die Förderung zeitgenössischer Kunst ist laut eigenen Angaben ein großes Anliegen. Engagierte Künstler werden mit Kompositionsaufträgen beauftragt und Mitschnitte bestimmter Stücke werden im Radio übertragen.

- Können Maßnahmen oder Konzepte, die das kulturelle Bewusstsein bzw. die Kritikfähigkeit der Besucher stärken festgestellt werden?

Diese Frage ist objektiv nicht eindeutig beantwortbar. Zur Beantwortung müssten konkretere politische Zielsetzungen formuliert werden. Alternativ dazu könnte diese Frage direkt an die Veranstalter herangetragen werden, um deren Stellungnahme oder Argumentation einzufordern. Das Ergebnis der Beantwortung kann dann von den Fördergebern interpretiert und bewertet werden.

- Werden andere regionale Kulturbetriebe, Institutionen, Schulen usw. in den Kulturprozess einbezogen, um die regionale Identität zu festigen?

Es gibt Kooperationen mit anderen Veranstaltungen, wie dem Waldviertler-Hoftheater oder der Initiative Kamptal. Außerdem koordiniert *Allegro Vivo* die ARGE Musiksommer Waldviertel.

Fazit: *Allegro Vivo* stellte ausreichend Daten zur Verfügung, um viele Aspekte der Kulturförderziele zu untersuchen. Dem hohen Auslastungsgrad steht ein äußerst geringer Deckungsgrad gegenüber, was darauf schließen lässt, das Orchester in ländlichen Veranstaltungsräumen nicht den vollen Preis für ihre Leistung verrechnen können, da sonst die Nachfrage abebbt. *Allegro Vivo* ist einer der wenigen Betriebe, die eine Umwegrentabilitätsanalyse in Auftrag gegeben haben, was vom ökonomischen Standpunkt her sehr begrüßenswert ist. Die Sponsoringleistungen bezogen auf die Höhe der Förderungen, erscheint auf dem ersten Blick nicht sehr hoch zu sein. Hierbei sollte *Allegro Vivo* mit Betrieben ähnlicher Größe verglichen werden, wobei Kultursparten spezifische Unterschiede hinsichtlich des Nutzens, der Sponsoring gegenübersteht, zu erwarten sind. Anhand der qualitativen Informationen kann *Allegro Vivo* als Betrieb gesehen werden, der die aktive Beteiligung der Bevölkerung am kulturellen Schaffungsprozess fördert. Hinsichtlich anderer kulturpolitischer Zielsetzungen sind Beurteilungen erst auf der Basis eines Vergleichs mit gleichartigen Initiativen sinnvoll.

Herbsttage *Blindenmarkt*

Das Operetten Festival „Herbsttage *Blindenmarkt*“ wurde 1989 gegründet. Als gegenüber traditionellen Aufführungsformen neues Konzept soll die Operette „frivol und frech“ inszeniert werden. Es wird dadurch vor allem junges Publikum aus Linz, St. Pölten und der Region angesprochen. Das Festival umfasst 12-14 Vorstellungen im Oktober, wofür eigens ein Turnsaal, der 450 Menschen Platz bietet, adaptiert wurde. Mit der Durchführung des Festivals sind der Intendant und 4 ehrenamtlich tätige Personen das Jahr über beschäftigt. Den Förderungen der Herbsttage stehen folgende Leistungen gegenüber:

Tabelle 12: Kennzahlen Herbsttage *Blindenmarkt*

Besucher pro € 1,000 Förderung	131
Besucher pro € 1,000 eingesetzter Mittel	18
Sponsoring pro € 1,000 Förderung	889
Auslastungsgrad (Durchschnitt)	101 %
Deckungsgrad	86 %

Quelle: Herbsttage *Blindenmarkt* 2006, Eigene Berechnungen.

Im Schnitt können pro eingesetzten 1.000 Euro Kulturförderung 131 Besucher versorgt werden. Im Vergleich zu *Allegro Vivo* erscheint dieser Wert zunächst sehr hoch (fast sechsmal so hoch). Berücksichtigt man jedoch den vergleichsweise hohen

Eigendeckungsgrad der Herbsttage (86%) und die höhere Auslastung (101%¹¹) so relativiert sich diese Zahl. Gemessen an der Besucheranzahl pro eingesetzte Mittel beträgt das Verhältnis nur mehr 1,6. Ein Grund dafür kann sein, dass die Herbsttage mit einer hohen Anzahl an freien Mitarbeitern aus der Region veranstaltet werden, während die Orchestermusiker von *Allegro Vivo* vergleichsweise hohe Gagen beziehen. Es sollten deshalb Vergleiche mit anderen Operettenveranstaltungen gezogen werden, um eine vernünftige Interpretation dieser Kennzahlen zu ermöglichen.

Auch die Höhe des erhaltenen Sponsorings erscheint mit 886 Euro sehr hoch. Dies kann auf die äußerst kleine Dimension des Festivals zurückgeführt werden. Bei einem Budget von 320.000 Euro fallen, absolut gesehen, geringe Sponsoringleistungen von 40.000 stärker ins Gewicht. Es bestehen möglicherweise bestimmte Sponsoringgrundsätze, die üblicherweise für Veranstaltungen gewährt werden. Alle darüber hinaus erhaltenen Sponsorgelder hängen dann sehr stark vom Verhandlungsgeschick der involvierten Akteur ab. Diese Argument trifft beim Vergleich zwischen *Blindenmarkt* und *Allegro Vivo* jedoch nicht zu, da *Allegro Vivo* lediglich Sponsormittel in Höhe von 30.000 Euro bezieht. Es könnte traditionell bedingt sein, dass in Konzertsälen aufgrund der Atmosphäre Werbebanner unerwünscht sind und deshalb die Leistungen, die der Sponsornehmer dem Sponsorgeber anbieten kann, auf bestimmte Kunstformen beschränkt sind. Bei Operettenaufführungen bietet die Besuchertribüne hingegen große Flächen für Werbung.

- Werden Zusatzprogramme angeboten, um die aktive Beteiligung der Bevölkerung am kulturellen Schaffensprozess zu fördern? Werden andere regionale Kulturbetriebe, Institutionen, Schulen usw. in den Kulturprozess einbezogen, um die regionale Identität zu festigen?

Die Herbsttage *Blindenmarkt* bieten neben den Operetten auch Kindermusicals an, die in Kooperation mit der dortigen Musikhauptschule veranstaltet werden, wobei die Kinder der Hauptschule selbst als Interpreten agieren. Zusätzlich werden auch oft Laiendarsteller in die Aufführungen mit einbezogen, woraus auch schon sogenannte „local heros“ entstanden sind.

- Praktiziert der Kulturbetrieb zeitgenössische Kunst?

Zur Wiederbelebung der Operette wurde ein innovatives, modernes und freches Konzept der Inszenierung gewählt, um sich von den traditionellen Aufführungsformen abzuheben und auch junges Publikum anzusprechen.

- Gibt es Kooperationen mit der Wirtschaft: Tourismus und Gastronomie?

¹¹ Auslastungen können durch Hinzufügung zusätzlicher Sitzmöglichkeiten, die Massettenkapazität von 100% übersteigen.

Konkrete Kooperationen konnten nicht festgestellt werden, die Gasthäuser der Umgebung sind laut Angaben des Intendanten während der Herbsttage gut ausgelastet. Eine genaue Quantifizierung der Effekt gibt es nicht.

Fazit: Die stark ausgelasteten Herbsttage finanzieren sich überwiegend selbst und bieten neben dem Standardprogramm auch Projekte unter Einbindung der lokalen Musikhauptschule an. Das Konzept sieht eine Wiederbelebung der Operette auf moderne Art vor. Somit können die Ziele der aktiven kulturellen Partizipation, die Praktizierung zeitgenössischer Kunst, aber auch die monetären Ziele als erfüllt gelten.

Sommerspiele Melk

Die *Sommerspiele Melk* sind ein Theaterbetrieb, der über den Sommer zwischen 15-18 Vorstellungen gibt. Der Betrieb ist in die 6 Kostenstellen: Sommerspiele, Veranstaltungen, Barocktage, Kulturbüro, Errichtung Donauarena und Allgemeine Verwaltung gegliedert. Für die geplante neue Veranstaltungsebene „Donauarena“ wurde von der Stadt eine Wirtschaftlichkeitsstudie Stadt beauftragt. Die Stücke der Sommerspiele richten sich nach dem Aufführungsort, der Kulisse des Stifts Melk. Die Sommerspiele „alt“ hatten keine große lokale Haftung, während die Sommerspiele „neu“ durch Zusatzprogramme eine höhere Akzeptanz genießen. Das Programm wird klar in ein regionales und überregionales Angebot gegliedert, wobei die jeweilige Zielgruppe beworben wird. Die seit 1961 stattfindenden Sommerspiele haben einen Beitrag zum kulturellen Image von Melk geleistet. In der folgenden Tabelle sind die Kennzahlen für die Sommerspiele enthalten.

Tabelle 13: Kennzahlen *Sommerspiele Melk*

Besucher pro € 1,000 Förderung	20
Besucher pro € 1,000 verwendete Mittel	10
Sponsoring pro € 1,000 Förderung	73
Auslastungsgrad (Durchschnitt)	82%
Deckungsgrad	51%

Quelle: Herbsttage *Blindenmarkt* 2006, Eigene Berechnungen.

Die Sommerspiele in Melk weisen ähnliche strukturelle Merkmale (Förderungen, Sponsoring, Budget, Besucherzahlen) wie *Allegro Vivo* auf. Dies schlägt sich auch in den Indikatoren in Tabelle 13 nieder. Obwohl es sich um völlig unterschiedliche Kunst- bzw. Kulturformen handelt, sind sich die beiden Betriebe sehr ähnlich. In den strukturellen Kennzahlen wird das deutlich. Bei den qualitativen Kriterien ergeben sich aufgrund der unterschiedlichen Dimensionen freilich deutliche Unterschiede:

- Werden Zusatzprogramme angeboten, um die aktive Beteiligung der Bevölkerung am kulturellen Schaffensprozess zu fördern?

Es existieren seit 2002 spezifische Angebote, wie z.B. Kinderprogramme oder Clubbings, um das regionale und lokale Publikum zu erreichen.

- Werden andere regionale Kulturbetriebe, Institutionen, Schulen usw. in den Kulturprozess einbezogen um die regionale Identität zu festigen?

Es ist gerade das Projekt Donauarena in Planung. Hierfür haben die Sommerspiele eine Studie in Auftrag gegeben, die die wirtschafts- und kulturpolitischen Effekte auf die Region darstellen soll. Demnach stärkt das Projekt die Kulturprofilierung der Stadt Melk und ist ein wesentlicher Faktor für die Tourismuswirtschaft.

- Gibt es Kooperationen mit der Wirtschaft: Tourismus und Gastronomie?

Es werden Kooperationen mit der Wirtschaft eingegangen, wie beispielsweise die Bonuskarte, die neben dem Eintritt für die Sommerspiele auch noch ermäßigte Eintritte für Ausstellungen der Region sowie Rabatte in der Gastronomie.

Fazit: Die *Sommerspiele Melk* weisen einen relativ hohen Auslastungsgrad, jedoch einen äußerst geringen Eigendeckungsgrad auf. Vergleichswerte ähnlich großer Kulturbetriebe sollten Aufschluss über konkreten Handlungsbedarf geben. Die qualitative Befragung ergab eine starke Positionierung in der Region, die vor allem durch das geplante Projekt der Donauarena intensiviert werden soll. Die aktive Partizipation wird durch diverse Zusatzveranstaltungen, die vor allem auf die regionale Bevölkerung abzielen, gestärkt. Es werden langfristige und intensive Kooperationen mit wirtschaftlichen Betrieben eingegangen.

Musik Aktuell

Musik Aktuell ist ein Teilbereich des Vereins Musikfabrik und wurde 1996 von der Kulturabteilung beauftragt, die öffentliche Akzeptanz der Gegenwartsmusik zu fördern. Das Konzept sieht vor, dass jedes Jahr ein „Artist in residence“ damit beauftragt wird ein Jahresthema vorzugeben. Künstler werden dann ermutigt ihre Projektideen einzureichen, woraus dieser „Artist“ eine Auswahl trifft. Die ausgewählten Künstler werden in einer Datenbank zusammengefasst, woraus sie dann von lokalen Veranstaltern ausgewählt werden können. Da sich meist kleinere Veranstalter die volle Gage der Künstler nicht leisten können stellt *Musik Aktuell* den Differenzbetrag zur Verfügung. Neben der Vermittlung der Künstler fördert *Musik Aktuell* die Kommunikation zwischen Künstlern und Veranstaltern und hilft bei der Vermarktung. Medien- und Vertriebskooperationen wirken hierbei unterstützend für Marketingaktivitäten. Darüber hinaus werden auch Workshops und Seminare für

Musikinteressierte und Künstler veranstaltet (bsp. Jazzakademie) und gefördert. Das Angebot richtet sich durch seinen innovativen Charakter eher an Menschen mit weiterführender Bildung, die meist in ländlichen Regionen nicht oft anzutreffen sind. Daraus lässt sich auch der relativ geringe Auslastungsgrad der Veranstaltungen erklären. Es können mit den knapp 100.000 Euro, die *Musik Aktuell* jährlich zur Verfügung stehen, 60 Koproduktionen eingeleitet werden. Die Herausforderung für *Musik Aktuell* besteht derzeit darin, die Besucherzahlen trotz des deutlich steigenden alternativen Programms in NÖ (Donaufestival, Grafenegg, Krems) zu halten.

Tabelle 14: Kennzahlen *Musik Aktuell*

Besucher pro € 1,000 Förderung	6
Auslastungsgrad (Durchschnitt)	70%
Deckungsgrad	0%

Quelle: *Musik Aktuell* 2006, Eigene Berechnungen.

Die in Tabelle 14 dargestellten Kennzahlen indizieren, dass *Musik Aktuell* ist kein Betrieb ist, der selbst Kulturleistungen anbietet, sondern er wirkt als Intermediär. Die geringe Anzahl der Besucher pro Förderung und auch der niedrige Auslastungsgrad lassen sich durch die Zielsetzung von *Musik Aktuell* erklären (siehe oben). Interessant sind einige qualitative Komponenten der Kultur deren *Musik Aktuell* sich widmet.

- Praktiziert der Kulturbetrieb zeitgenössische Kunst?

Musik Aktuell vermitteln Künstler, die meist innovative und moderne Kunst betreiben. Interpretiert man zeitgenössische Kunst als die Menge der in der Gegenwart von Zeitgenossen hergestellten Kunstwerke, so kann man die Strategie des Betriebs *Musik Aktuell* mit diesem Ziel der Kulturförderung vereinbaren.

- Können Maßnahmen oder Konzepte, die das kulturelle Bewusstsein bzw. die Kritikfähigkeit der Besucher stärken festgestellt werden?

Durch das Hinaustragen innovativer und moderner Kunstformen in ländliche Gegenden kann eine Erfüllung dieses Kulturförderauftrags angenommen werden.

- Werden Zusatzprogramme angeboten, um die aktive Beteiligung der Bevölkerung am kulturellen Schaffensprozess zu fördern?

Die gesamte Geschäftstätigkeit von *Musik Aktuell* richtet sich danach, unbekannten Künstlern eine Auftrittsfläche zu bieten und zu fördern. Diese können somit am kulturellen Prozess teilnehmen und Auftritte geben die anders nicht finanzierbar wären.

- Gibt es Kooperationen mit der Wirtschaft: Tourismus und Gastronomie?

Die Vermittlung der Künstler an lokale Veranstaltungszentren oder Gasthäuser kann als eine Art Kooperation mit der Wirtschaft ausgelegt werden.

Fazit: *Musik Aktuell* trägt innovative zeitgenössische Kleinkunst in ländliche Regionen und fördert junge unbekannte Künstler indem es ihnen eine Auftrittsfäche vermittelt. Finanziell stehen diesem Konzept keinerlei Zahlen gegenüber, da *Musik Aktuell* lediglich als Vermittler und Verteiler von Fördermitteln agiert. *Musik Aktuelle* repräsentiert also paradigmatisch das, was unter institutionalisiertem Kulturkapital zu verstehen ist. Dessen Effekte uns somit die Effekte der Fördermittel sind primär externer Natur. Eine Messung müsste dementsprechend bei den begünstigten Künstlern und Veranstaltern ansetzen. Durch die Aktivitäten von *Musik Aktuell* wird ein Angebot an zeitgenössischer Musik geschaffen, um eine aktiv-ausübende und passiv-partizipative Inkorporierung in den Fundus kulturellen Kapitals zu fördern.

Cinema Paradiso

Cinema Paradiso ist ein 1992 in St. Pölten gegründeter Kinobetrieb. Das Projekt wurde in Eigeninitiative umgesetzt und konnte sich im kulturellen Umfeld der Stadt als Institution etablieren. Neben internationalen Filmen werden auch Vorträge, Lesungen, musikalische Events und Kabaretts veranstaltet. Sponsoren, Förderer, Ticketverkauf, ein gastronomischer Seitenbetrieb und ein Auslastungsgrad von etwa 90% ermöglichen einen Eigendeckungsgrad von 70%. Entgegen dem allgemeinen Kinotrend verzeichnet *Cinema Paradiso* steigende Besucherzahlen. In Summe kommen in Summe jährlich bis zu 150.000 Besucher zu diversen Veranstaltungen und in die gastronomischen Betriebe rund um den Rathausplatz. Informationen bezüglich der Höhe der gewährten Förderungen oder eingesetzten Mittel standen nicht zur Verfügung, jedoch geben einige qualitative Fragen Aufschluss über die Tätigkeiten zur Verfolgung der Kulturförderziele. Konkret muss hierbei die Frage beantwortet werden, was *Cinema Paradiso* zu einem Kino macht, dass Kulturförderung beziehen muss, um den Betrieb aufrecht erhalten zu können.

- Praktiziert der Kulturbetrieb zeitgenössische Kunst?

Aufgrund der Aktualität des Kinoprogramms und zeitgenössischer Kabaretts und Lesungen erfüllt *Cinema Paradiso* diesen Auftrag.

- Können Maßnahmen oder Konzepte, die das kulturelle Bewusstsein bzw. die Kritikfähigkeit der Besucher stärken festgestellt werden?

Viele der gezeigten Filme verarbeiten Situationen des Alltags auf äußerst kritische und unkonventionelle Weise. Daneben finden Kabarets, Lesungen und Musikauftritte abseits des Mainstreams statt.

- Werden Zusatzprogramme angeboten, um die aktive Beteiligung der Bevölkerung am kulturellen Schaffensprozess zu fördern? Werden andere regionale Kulturbetriebe, Institutionen, Schulen usw. in den Kulturprozess einbezogen um die regionale Identität zu festigen?

Cinema Paradiso geht in seinem Programm gezielt auf Kinder, Schulen aber auch Eltern mit Kleinkindern ein. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, den Kinosaal für andere Veranstaltungen zu mieten.

- Gibt es Kooperationen mit der Wirtschaft: Tourismus und Gastronomie?

Nach Aussagen des Bertreibers war das Umfeld um den Rathausplatz vor der Gründung von *Cinema Paradiso* ökonomisch schwach ausgeprägt. Seit der Eröffnung siedeln sich dort vermehrt Gaststätten an, konkrete Kooperationen bestehen jedoch nicht.

Fazit: Ein nischenabdeckender Kinobetrieb ist in Regionen abseits der Urbanität aufgrund der geringen Nachfrage nicht kostendeckend zu führen. Eine kostendeckende Preisgestaltung würde die Nachfrage mutmaßlich entscheidende reduzieren. Im Sinne der kulturpolitischen Zielsetzungen und der starken regionalpolitischen Auswirkungen dieses Projekts lassen sowohl öffentliche Förderungen als legitim als auch privatwirtschaftliches Engagement als möglich erscheinen. Die externen wirtschaftlichen Effekte sind in dieser populären Kulturform höher zu veranschlagen, weswegen Potenziale einer intensiven Kooperation mit der lokalen (Gast-)Wirtschaft mit der Zielsetzung von Rückflüssen in die kulturelle Arbeit etwa in Form von Sponsoring von Werbemitteln bestehen.

Wald4tler Hoftheater

Das *Wald4tler Hoftheater* besteht seit 1986 und führt Theater in Eigenproduktion auf. Von Mai bis Oktober finden in Pürbach im Schnitt 100 Veranstaltungen statt. Das Theater verfolgt einen anspruchsvollen Kulturmix und setzt auch Schwerpunkte in Jugendarbeit in Form von Schulprojekten, Exkursionen, Diskussionen und themenspezifischen Projektarbeiten. Etwa 70% der Besucher stammen aus der Region, was für eine hohe Identifikation mit dem Waldviertel spricht. Die Eigenproduktionen des Theaters werden auch von renommierten Theatern, wie Stadttheater Klagenfurt, Theater in der Josefstadt und Renaissancetheater Berlin, übernommen. Das Publikum des Hoftheaters setzt sich zu 40% aus 20 bis 40jährigen und zu 40% aus 40 bis 60jährigen zusammen. Neben dem 170 Personen fassenden Theater bestehen auch ein Café und eine Bar, die 200 Menschen Platz bietet. Es kommen jährlich

15.000 Besucher aus einem Einzugsgebiet von etwa 180.000 Bewohnern. Nach eigenen Angaben beträgt die Umwegrentabilität des Theaters 1,5 bis 2 Mio. Euro. Die Auslastung des Theaters beträgt im Durchschnitt 84%.

Da auch hier nur begrenzte Informationen zur Verfügung standen, soll anhand qualitativer Kriterien weitergeforscht werden.

- Werden Zusatzprogramme angeboten, um die aktive Beteiligung der Bevölkerung am kulturellen Schaffensprozess zu fördern? Werden andere regionale Kulturbetriebe, Institutionen, Schulen usw. in den Kulturprozess einbezogen um die regionale Identität zu festigen?

Die langjährige, intensive Jugendarbeit ist ein Schwerpunkt, der in Form von Schulprojekten, Exkursionen, Diskussionen und themenspezifischen Projektarbeiten umgesetzt wird.

- Treten regelmäßig internationale Künstler auf?

Es treten jährlich etwa 300 Künstler aus 10 Nationen im Wald4ler Hoftheater auf.

- Praktiziert der Kulturbetrieb zeitgenössische Kunst?

Es werden überwiegend bekannte, gängige Stücke aufgeführt, die nicht dem Ziel dienen neue, innovative und modernen Kunst zu praktizieren, sondern ein bestimmtes kulturelles Niveau halten und zu vermitteln soll.

- Können Maßnahmen oder Konzepte, die das kulturelle Bewusstsein bzw. die Kritikfähigkeit der Besucher stärken festgestellt werden?

Die breite des Angebots sowie die Beteiligung der regionalen Bevölkerung sind geeignet, am kulturellen Kapital der Region zu arbeiten und dasselbe zu erhalten. Berücksichtigt man den äußerst kleinen Rahmen, in welchem das Hoftheater operiert, so muss die Internationalität des Programms und die hohe Frequenz der Aufführungen hervorgehoben werden.

- Gibt es Kooperationen mit der Wirtschaft: Tourismus und Gastronomie?

Das Theater wird in Zusammenhang mit dem Pürbacher Theatercafé und einer Sektbar bzw. einem Schauraum für Handwerksware aus der Region geführt.

Fazit: Das Theater bildet als Institutionen einen regionalen kulturellen Kristallisationspunkt, von dem auch andere Angebote (z.B. *Bühnenwirthaus Juster*) profitieren können (und umgekehrt). Aufgrund der exponierten geografischen Lage abseits urbaner Zentren steht zu

vermuten, dass mit dem Rückgang solcher lokalen Angebote auch das Interesse und die Nachfrage nach einem entsprechenden Angebot rückläufig wären und andere kulturelle Einrichtungen negativ betroffen wären. Durch die Tätigkeit des Hoftheaters profitieren drei weitere Kleinbetriebe.

Bühnenwirtshaus

1992 gründeten 3 Gasthäuser den Verein Kulturinitiative Weinsbergerwald. Hieraus werden ein Wirtshaus und ein Veranstaltungsort betrieben, die für sich alleine nicht zu führen wären. Die Kapazität der Bühne beträgt 100 Plätze und ist Schauort für Kabaretts, Volksmusik, Jazz, Theater, Bälle oder Lesungen. Etwa 10% des Publikums kommen aus der Region, 70% aus dem Umkreis und der Rest aus dem Raum Wien und Linz. Der Betreiber versteht sich als kultureller Nahversorger, der mit überregional bedeutenden Künstlern den Wert der Region steigert. Dies hat vor allem auch Auswirkungen auf Tourismus und das lokale Selbstwertgefühl der hiesigen Bevölkerung. Ohne die gewährten Förderungen wäre das Angebot nicht aufrecht zu erhalten. Die vormalige Einzelinitiative wurde institutionalisiert und beschäftigt mittlerweile rund 20 Personen. Tabelle XX stellt die Kennzahlen des *Bühnenwirtshauses* für 2005 dar.

Tabelle 15: Kennzahlen *Bühnenwirtshaus*

Besucher pro € 1,000 Förderung	58
Besucher pro € 1,000 verwendete Mittel	34
Unbare Eigenleistungen	318
Auslastungsgrad (Durchschnitt)	72
Deckungsgrad	42

Quelle: *Bühnenwirtshaus* 2005, eigene Berechnungen.

Trotz des relativ geringen Deckungs- und Auslastungsgrades, zieht das *Bühnenwirtshaus* eine hohe Anzahl von Besuchern pro 1.000 Euro Förderung bzw. eingesetzte Mittel an. Der Organisator führte außerdem eine Liste an, in welche alle Mitarbeiter der Initiative Weinsbergerwald ihre aufgewendeten ehrenamtlichen Arbeitsstunden eintragen können. Im Jahr 2005 beliefen sich diese „unbaren Eigenleistungen“ auf 318 Stunden pro Jahr, 2004 waren es sogar 747 Stunden. Dieser hohe Einsatz an ehrenamtlicher Arbeit führte dazu, dass das Budget gering gehalten wurde und eine derart hohe Besucherzahl pro eingesetzte 1.000 Euro erreicht werden konnte. Die qualitative Aspekte des Angebots der Kulturinitiative gestalten sich wie folgt:

- Trägt der Kulturbetrieb zur Stärkung der regionalen Identität bei?

Etwa 70% des Publikums stammt aus einem 70km Radius. Es wird neben den Einnahmen auch touristischer Nutzen generiert und der lokalen Bevölkerung ein kulturelles Selbstwertgefühl vermittelt.

- Treten regelmäßig internationale Künstler auf?

Das *Bühnenwirtshaus* setzte 2004 seinen Schwerpunkt auf Osteuropa und lud zahlreiche Künstler aus diesem Raum ein.

- Können Maßnahmen oder Konzepte, die das kulturelle Bewusstsein bzw. die Kritikfähigkeit der Besucher stärken festgestellt werden?

Die Bevölkerung ist in das Konzept integriert, wobei der Fokus auf eine kollektive Konfrontation mit der Geschichte, Gegenwart und Zukunft gelegt wird. Damit wird die Kommunikation unter der Bevölkerung gefördert. Die Breite Fächerung des Programms trägt zu einer abwechslungsreichen Kulturlandschaft bei.

- Gibt es Kooperationen mit der Wirtschaft: Tourismus und Gastronomie?

Es werden kulturelle Projekte wie beispielsweise „Gute Nacht Gutenbrunn“ in Kooperation mit anderen Kulturbetrieben veranstaltet. Neben der Bühne wird auch ein Wirtshaus betrieben, welches für sich ohne kulturelles Angebot nicht kostendeckend zu führen wäre.

Fazit: Der Betrieb des *Bühnenwirtshauses* richtet sich stark auf die Stärkung der regionalen Identität bzw. der Herantragung kritischer Inhalte an die Bevölkerung. Der Betrieb der Bühne und des Wirtshaus ergänzen sich wirtschaftlich, und durch den äußerst hohen Einsatz an ehrenamtlicher Arbeit konnten die Fördermittel effizient eingesetzt werden. Trotz eines geringeren Eigendeckungsgrades konnten verhältnismäßig viele Besucher angezogen werden. Das *Bühnenwirtshaus* bietet ein anschauliches Beispiel dafür, wie positive externe Effekte vom Veranstalter selbst genutzt werden können, wodurch sich neben dem kulturellen Mehrwert auch regionalwirtschaftlich positive Effekte für die Region ergeben.

6. Zusammenfassung

Historische, gesellschaftliche und allgemein ökonomische Rahmenbedingungen von Kulturförderung

Der Aufriss des historischen-gesellschaftlichen Kontextes von Kunst und Kultur zeigte, dass dieser Sektor immer gesellschaftliche und politische Funktionen hatte, indem er Repräsentationsaufgaben übernahm, Teil einer nationalen Identitätsbildung war oder einen eigenen bildungspolitischen Wert darstellte. In den kulturpolitischen Zielvorgaben des Landes Niederösterreichs wirken diese Funktionen in der einen oder anderen Weise fort. Dabei bildet Niederösterreich nur einen Anwendungsfall einer globalen gesellschaftlichen Tatsache. Die Funktionen von Kunst und Kultur sind entsprechend der gesellschaftlichen und politischen Entwicklung einem steten Wandel unterworfen. Die augenscheinlichsten und folgenreichsten Veränderungen der jüngsten Zeit bestehen in einem allgemeinen Trend zur Kommerzialisierung. Dieser äußert sich in vielfältiger Form. In einer kulturindustriellen Ausprägung ist er in westlichen Wohlfahrtsstaaten Bestandteil der Freizeitkultur und der Freizeitwirtschaft. Als solches ist er ein eigener Wirtschaftssektor, der sich politisch und ökonomisch „emanzipiert“ hat und von keinen öffentlichen Zuwendungen abhängig ist. Der Trend zur Kommerzialisierung wirkt sich aber auch auf künstlerische und kulturelle Äußerungsformen aus, die innerhalb eines autonomen, nichtkommerziellen Referenzrahmens erfolgen. Unter der Prämisse knapper öffentlicher Fördermittel kommen verstärkt Wirtschaftlichkeitskriterien zum tragen. Einerseits aus Eigeninteresse, um, wie andere auch, mit der eigenen Arbeit die Existenz zu sichern. Andererseits werden Förderungen zunehmend an das Erfordernis von Eigenmitteln und anderen, privaten, Zuwendungen gebunden. Die Kommerzialisierung von Kunst und Kultur und Förderung äußert sich noch in einer weiteren Ausprägung. Unter regionalwirtschaftlichen Gesichtspunkten werden geltende entsprechende Institutionen als Standortfaktoren mit konkreten Umwegrentabilitätserwartungen.

In diesem Kontext hat Kulturförderung also vielfältige Funktionen zu erfüllen. Abgesehen von den privaten Motivationen von Kunst- und Kulturschaffenden sind damit immer auch die Finanzierung öffentlicher Interessen verbunden. Mit der Auslagerung künstlerischer Agenden in eigene Betriebsgesellschaften und regionaler Dezentralisierung und Autonomisierung, die Ausdruck eines allgemeinen Trends sind, gerät dieser Konnex etwas aus dem Blickwinkel. Betriebsgesellschaften und Einzelinitiativen geraten als „Förderfälle“ unter erhöhten Legitimationsdruck. Als Betriebe unterliegen entsprechende Gesellschaften und Betriebe Wirtschaftlichkeitskriterien. Diese agieren zwar im Rahmen Wirtschaft, sind aber als Betriebe des Sektors Kunst und Kultur durch spezifische Markteigenschaften ausgezeichnet, die nicht direkt mit anderen Bereichen des Güter- und Dienstleistungssektors vergleichbar sind.

Kunst und Kultur ist vorweg durch die Eigenschaft charakterisiert, dass der Ort der Produktion in der Regel mit dem Ort der Konsumtion zusammenfällt. Daher ist eine flexible Anpassung an die Nachfrage vielfach nicht möglich. Darüber hinaus steht die Nachfrage im Sektor Kunst und Kultur in einem direkten Zusammenhang mit dem Angebot. Das künstlerisch-kulturelle Angebot geht der Nachfrage voraus. Anders als bei anderen Gütern ist nicht im großen Ausmaß damit zu rechnen, dass ein Fehlen eines entsprechenden Angebots in einer Region zur Deckung dieses Bedarfs in anderen Orten führt. Die Nachfrage würde sich also reduzieren. Eine weitere Besonderheit liegt darin begründet, dass das Vorhandensein (institutionellen) inkorporierten Kapitals die Nachfrage nach weiteren gleichartigen und anderen regionalen und überregionalen künstlerisch-kulturellen Produktionen stärkt. Aus diesen Gründen ist eine Konzentration eines kulturellen Angebots an wenigen Orten unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten vielleicht kurzfristig aber unter Partizipations- bzw. Nachfragegesichtspunkten langfristig weniger effizient. Das schließt die kulturpolitische Sinnhaftigkeit urbaner Kulturzentren nicht aus, im Gegenteil. Deren Frequentierung setzt vielmehr kulturelles Kapital im urbanen Umfeld und in den Regionen als Voraussetzung des Beherrschens dieser Kulturtechnik und somit als Voraussetzung für eine entsprechende Nachfrage voraus.

Betriebe im Bereich von Kunst und Kultur sind, wie gesagt, auch Wirtschaftsbetriebe. Gegenüber anderen Wirtschaftsbereichen weisen diese aber einen strukturellen Produktivitätsnachteil auf. Künstlerische Arbeit und Produktion entzieht sich einer fortlaufenden Steigerung der Effizienz, weil dem Einsatz von Maschinen oder Technologie Grenzen gesetzt sind. Nachdem das in anderen Sektoren ständig der Fall ist, steigen die Kosten für Kunst und Kultur relativ zu den Kosten anderer Güter, woraus sich insbesondere unter Bedingungen knapper budgeteter Fördermittel Konkurrenz Nachteile ergeben. Die alleine durch die Produktivitätsdynamik verursachten zusätzlichen Kosten müssten sich in höheren Eintrittspreisen niederschlagen, was wiederum negative Effekte auf die Nachfrage erwarten lässt und das kulturelle Kapital schmälern würde. Dieser negative Funktionszusammenhang kann nur durch die Zuführung externer Mittel durchbrochen werden, die den strukturellen Produktivitätsnachteil ausgleichen.

Marktmechanismen versagen im Bereich Kunst und Kultur aber auch noch aus anderen Gründen. Kulturpolitische Vorgaben sind, wenn diese in einen Marktzusammenhang gebracht werden, unter den sogenannten externen Effekten (Externalitäten) künstlerisch-kultureller Produktion zu subsumieren. Durch die Produktion werden positive Effekte für die Allgemeinheit oder die Privatwirtschaft generiert, etwa kulturelle Identität, soziale Sensibilität oder gastronomische bzw. touristische Nachfrage, die allerdings nicht abgegolten werden können, da es sich in der Regel um öffentliche Güter handelt. Der Bedarf an öffentlichen Gütern kann im ausreichenden bzw. gewünschten Maße nicht über den Markt gedeckt werden kann, da die zusätzlichen Kosten dafür nicht im Angebots-Nachfrage-Preis-Kontinuum von Produzenten und Konsumenten zu verorten sind. Wenn diese Güter

dennoch zur Verfügung stehen sollen, müssen die Kosten dafür von der Allgemeinheit bzw. den privaten Nutznießern getragen werden.

Das Kriterium der Subsidiarität in den Förderrichtlinien des Landes Niederösterreich trägt diesem Umstand implizit Rechnung. Der Anteil der öffentlichen Förderung kann als Abgeltung des kollektiven Nutzens, der Anteil privater Zuwendung als Abgeltung des privatwirtschaftlichen Nutzens, der aus externen Effekten von Kulturproduktionen resultiert, interpretiert werden. Vielfach lukrieren Kulturinitiativen positive externe Effekte selbst, indem diese etwa gleichzeitig auch ein gastronomisches Angebot bieten. Allerdings sind solche Einnahmen getrennt von den Einnahmen aus Kartenverkäufen zu sehen.

Öffentliche Kulturförderung hat unter ökonomischen Gesichtspunkten und unter den Vorzeichen von Ausgliederung und Privatisierung also wesentlich die Funktion, kulturpolitische Vorgaben durch Kompensation von Marktversagen in diesem Bereich zu gewährleisten, indem

- die spezifischen Marktbedingungen in Bezug auf den Funktionszusammenhang von Angebot und Nachfrage durch notwendige Initialinvestitionen, welche die gewünschte kulturelle Nachfrage durch die Ermöglichung eines permanenten kulturellen Angebots stimulieren und erhalten, berücksichtigt werden,
- strukturelle Produktivitätsnachteile des Sektors von Kunst und Kultur ausgeglichen werden,
- für die Kosten des durch kulturelle-künstlerische Produktionen generierten kollektiven Nutzens aus externen Effekten aufgekommen wird.

Das Erhebungsschema hat unter diesen Gesichtspunkten die Funktion, die erbrachten Leistungen und den dadurch entstandenen finanziellen Aufwand

- a) prinzipiell zu erheben,
- b) nach betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten darzustellen,
- c) die Ergebnisse vor dem Hintergrund der spezifischen Marktbedingungen von Kunst und Kultur zu interpretieren und
- d) den kollektiven und privaten Nutzen aus den kulturpolitischen Vorgaben zu eruieren und zu gewichten und der Förderung gegenüberzustellen.

Quantifizierender allgemeiner und individueller Evaluierungsansatz

Grundsätzlich können die untersuchten Betriebe hinsichtlich ihres Umfangs oder ihrer Tätigkeit betrachtet werden. Vergleiche, die auf strukturellen Merkmalen beruhen, erleichtern die Gegenüberstellung der erhaltenen Zuwendungen mit angebotenen Leistungen, vernachlässigen aber zahlreiche Aspekte spezifischer kultureller Ausprägungen. Individuell auf bestimmte Kunst- und Kulturformen abgestimmte Evaluierungsansätze berücksichtigen diese Charakteristika, erschweren aber einen direkten Vergleich. Im Rahmen dieser Studie wurde versucht, beide Ansätze auf den Sektor Kunst und Kultur anzuwenden und anhand einiger Beispiele zu exemplifizieren. Die solcher Art gewonnenen Kriterien kommen im Rahmen einer umfassenderen Beurteilung zum Tragen, in der wesentlich auch qualitative Kriterien im Sinne kulturpolitischer Zielsetzungen einfließen.

Im allgemeinen Evaluierungsansatz wurde eine vertikale, auf strukturellen Merkmalen beruhende, Methode gewählt. Es wurde versucht aus den im Kulturfördergesetz und Landesentwicklungskonzept festgeschriebenen Zielen der Kulturförderung konkrete quantitativ überprüfbare Indikatoren abzuleiten. Um die Partizipation der Bevölkerung einzufangen, können die regionale Abdeckung, die regionale Ausrichtung der Leistung, die aktive Teilnahme an kulturellen Prozessen und die allgemeine Partizipationsrate verwendet werden. Der regionale Abdeckungsgrad bezieht die Besucher einer Region auf das Einzugsgebiet und gibt Aufschluss darüber, wie viele der potentiellen Besucher tatsächlich angesprochen werden konnten. Durch die regionale Ausrichtung der Leistung wird das Ausmaß, in welchem die Menschen der Region in die Erstellung des kulturellen Angebots eingebunden sind, dargestellt. Dieser Indikator gibt den Anteil der Mitarbeiter und Künstler aus der Region als Prozent aller Mitarbeiter und Künstler an. Kulturbetriebe bieten meist zusätzliche Leistungen, wie Seminare, Workshops usw. an, um kulturinteressierte aktiv am Schaffungsprozess teilhaben zu lassen. Zur Messung solcher Leistungen kann die Teilnehmeranzahl solcher Aktivitäten auf das regionale Einzugsgebiet bezogen werden. Die allgemeine Partizipationsrate stellt die Besucheranzahl eines Betriebes den Einwohnern des regionalen Einzugsgebietes gegenüber.

Kultur soll auch als Standortfaktor für wirtschaftliches Wachstumspotential einer Region betrachtet werden. Um dieses Ziel der Kulturförderung einzufangen, können der Deckungsgrad, das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT), das Ausmaß des Sponsorings, die Umwegrentabilität, die Ausgaben in Öffentlichkeitsarbeit und Standortqualitätssicherung der Region und die regionale und inhaltliche Schwerpunktsetzung betrachtet werden. Der Deckungsgrad zeigt, inwieweit ein Kulturbetrieb von öffentlichen Förderungen abhängig ist. Mittels des EGT kann festgestellt werden, ob ein Betrieb mit den erhaltenen Förderungen, Kartenerlösen und Sponsoringmittel einen positiven Jahresabschluss vorlegen kann. Ein weiterer Indikator bildet die Fähigkeit ab, zusätzliche Quellen – Sponsoring – zu erschließen, da es politisch erwünscht ist, öffentliche Ausgaben möglichst effizient und sparsam einzusetzen und im Sinne der Subsidiarität um private

Quellen zu ersetzen. Die Umwegrentabilität bildet die vielfältigen Auswirkungen kultureller Tätigkeiten auf die Wirtschaft ab. Bezieht man die Effekte auf das Bruttoregionalprodukt, so erhält man den Anteil, den ein kultureller Betrieb zur Wirtschaft einer Region beiträgt. Daneben ist es auch von Interesse, die Stärkung der kulturellen Schwerpunkte einer Region voranzutreiben. Bezieht man die Ausgaben eines Betriebes in diese Bereiche auf die erhaltenen Subventionen, so erhält man einen adäquaten Indikator hierfür. Um die inhaltliche Schwerpunktsetzung einer Region zu überprüfen, können beispielsweise der Anteil aller Besucher von Veranstaltungen einer bestimmten Thematik berechnet werden.

Diese Fülle an Indikatoren wird nach entsprechender Normierung gewichtet und zusammengefasst. Dies ermöglicht direkte Vergleiche mit anderen Betrieben ähnlicher Größe oder innerhalb eines Betriebes im Zeitverlauf. Alternativ dazu kann der Fördergeber die im Kulturfördergesetz und Landesentwicklungskonzept festgeschriebenen Ziele der Kulturförderung konkretisieren, um sie überprüfbar zu machen. Durch die Zuweisung konkreter Schwellenwerte können Betriebe für sich betrachtet und bewertet werden.

Neben diesem allgemeinen vertikalen Evaluierungsansatz wurde auch eine individuelle Herangehensweise vorgestellt. Hierbei wurde exemplarisch für sieben untersuchte Kulturbetriebe verschiedener Kulturformen, die Funktionsweise dieses Ansatzes demonstriert. Es können sowohl quantitative Indikatoren als auch qualitative Informationen verwertet werden. Generell soll die Frage beantwortet werden, was einer gewährten Förderung als Output gegenübersteht.

Als quantitativer Indikator kommt beispielsweise die Besucherzahl pro 1.000 Euro Förderung oder insgesamt eingesetzte Mittel in Frage. Dadurch lässt sich feststellen, inwieweit mit monetären Mittel eine Leistung erstellt werden kann, die nachgefragt wird. Bezieht man das Sponsoring bzw. die Umwegrentabilität auf die gewährten Förderungen, so kann man die wirtschaftliche Selbstständigkeit bzw. die ökonomischen Effekte auf die Region quantifizieren. Der Auslastungsgrad und der Deckungsgrad sind weitere Maßzahlen für die Effizienz der Betriebsführung.

Messung externer Effekte (Auswahl)

Neben diesen Kennzahlen können noch Fragen gestellt werden, die weniger manifeste Leistungen einfangen sollen. So zielen folgende Fragen meist direkt auf die Überprüfung der Förderziele ab:

- Treten regelmäßig internationale Künstler auf? (überregionale Ausrichtung)
- Werden Zusatzprogramme angeboten, um die aktive Beteiligung der Bevölkerung am kulturellen Schaffensprozess zu fördern? (aktive Beteiligung)

- Praktiziert der Kulturbetrieb zeitgenössische Kunst? (Teilhabe an zeitgenössischer Kunst)
- Können Maßnahmen oder Konzepte, die das kulturelle Bewusstsein bzw. die Kritikfähigkeit der Besucher stärken festgestellt werden? (Stärkung kulturellen Bewusstseins und Kritikfähigkeit)
- Werden andere regionale Kulturbetriebe, Institutionen, Schulen usw. in den Kulturprozess einbezogen um die regionale Identität zu festigen? (aktive Teilnahme an Kulturprozessen)
- Gibt es Kooperationen mit der Wirtschaft: Tourismus und Gastronomie? (Kultur als wirtschaftlicher Standortfaktor)

Verbindet man die Informationen aus den Kennzahlen mit den Antworten der Fragen, kann man ein Gesamtbild der Performance des jeweiligen Betriebes erzeugen.

Literaturverzeichnis

Banfield, E. C. (1984): The Democratic Muse, New York: Basic

Bourdieu, Pierre. (1983): Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital, in: Kreckel, R. (Hg.), Soziale Welt, Soziale Ungleichheit, Sonderband 2, S. 183ff.

Cummings, M., Katz, R. (1987): The Patron State, Government and the Arts in Europe, North America and Japan. Oxford University Press, Oxford.

Gray, C. M. (1998): Trends in Arts Participation, 1982-1997, Report to the National Endowment for the Arts.

Heilbrun, J.; Gray, C. M. (2001): The Economics of Art and Culture. Second Edition. Cambridge University Press

Moore, T. G. (1968): Economics of the American Theatre, Duke University Press.

The Ford Foundation (1974): The Finances of the Performing Arts, vol. 2, A Survey of the Characteristics and Attitudes of Audiences for Theatre, Opera, Symphony and Ballet in 12 U.S. Cities.

Van den Haag, E. (1979): Should the Government Subsidize the Arts?, Policy Review 10, 63-73.

.

Anhang

I. Erhebungsblätter

1. Projektbasisdaten

I. Realisation und Rezeption des Projekts		
1. Zweck der Förderung	zutreffend	
A Institutionelle/r Erhalt/Etablierung		<input type="checkbox"/>
B Projektförderung		<input type="checkbox"/>
Wenn B: Form der Realisierung:		
Einzelveranstaltung(en)		<input type="checkbox"/>
Festival		<input type="checkbox"/>
Singuläres Schaffen		<input type="checkbox"/>
Weitere ...		
2. Kontext der Realisation		
Künstlerisch-kultureller Kontext		<input type="checkbox"/>
Tourismuskontext		<input type="checkbox"/>
Kommunal-regionaler Kontext		<input type="checkbox"/>
3. Zielgruppe/n (Peers – Publikum)		
Kultur-/Wissenschaftscommunity		<input type="checkbox"/>
Kulturinteressierte Öffentlichkeit (regional/ überreg.)		<input type="checkbox"/>
Regionale Bevölkerung (Feste)		<input type="checkbox"/>
(Tages-)Touristen		<input type="checkbox"/>
II. Mitbeteiligte am Projekt - Projektorganisation		
Förderer und Sponsoren		
Förderer – Kulturauftrag/Mäzenatentum:		
Gemeinde		<input type="checkbox"/>
Land		<input type="checkbox"/>
Bund		<input type="checkbox"/>
EU		<input type="checkbox"/>
Privatpersonen		<input type="checkbox"/>
Unternehmen		<input type="checkbox"/>
Sponsoren - Engagement mit (zusätzlichem) regionalem, unternehmerischem Eigeninteresse		
Gemeinde		<input type="checkbox"/>
Land		<input type="checkbox"/>
Bund		<input type="checkbox"/>
EU		<input type="checkbox"/>
Privatpersonen		<input type="checkbox"/>
Unternehmen (regionale-überreg., Branchen)		<input type="checkbox"/>
III. Quantitative Dimensionen des Projekts		
1. Basisdaten	von	bis
Realisierungszeitraum		
Zahl Aufführungen/Konzerte/Publicationen		Zahl
Öffnungstage		Tage
Besucherkapazität je Aufführung/Tag		Zahl
Zielgruppendefinition(en) (regionale u. soziale Kriterien)		Def.
Erwartbare Besucherzahlen (Referenzbeispiel)		Zahl
Weitere...		

2. Erfolgsindikatoren	relevant
Besucherfrequenz	<input type="checkbox"/>
Zielgruppenerreichung	<input type="checkbox"/>
Medieninteresse – (über-/regional)	<input type="checkbox"/>
(Inter-)nationale Engagements	<input type="checkbox"/>
Veröffentlichungen	<input type="checkbox"/>
Erschließungen (zB Archäologie, Baukultur)	<input type="checkbox"/>
Weitere...	<input type="checkbox"/>

2. Kalkulation des Personal- und Sachaufwandes

Kalkulation des Aufwandes			
Geschätzter Personalaufwand			
Erforderliche Qualifikationen/Leistungen für:	Geschätzter Aufwand in Stunden	Kosten je Stunde - Schätzung	Summe Kosten
Künstlerische Konzeption/Planung			
Organisatorische Planung (Umsetzung)			
Künstlerische Umsetzung			
Organisatorische Durchführung			
Administration/Kommunikation			
weitere			
Summe			
Geschätzter Sachaufwand			
Erforderliche Qualifikationen/Leistungen für:	Erforderliche Mittel (Schätzung)	Kosten je Einheit - Schätzung	Summe Kosten
Künstlerische Konzeption/Planung			
Organisatorische Planung (Umsetzung)			
Künstlerische Umsetzung			
Organisatorische Durchführung			
Administration/Kommunikation			
weitere			
Summe			
Summe der Kosten insgesamt			

3. Deckung des Personal- und Sachaufwandes - Finanzplan

Finanzplan							
Deckung des Personalaufwandes	Deckung des Aufwandes durch:						Deckungsgrad
Erforderliche Qualifikationen/Leistungen für:	Eigenleistungen (h bzw. €)		Fremdleistungen (h bzw. €)		Summe		unentgeltlich (in %)
	unentgeltlich	entgeltlich	unentgeltlich	entgeltlich	unentgeltlich	entgeltlich	
Künstlerische Konzeption/Planung							
Organisatorische Planung (Umsetzung)							
Künstlerische Umsetzung							
Organisatorische Durchführung							
Administration/Kommunikation							
weitere							
Summe							
Deckung des Sachaufwandes	Deckung des Aufwandes durch:						Deckungsgrad
Erforderliche Qualifikationen/Leistungen für:	Eigenmittel (Wert in €)		Fremdmittel (Wert in €)		Summe		unentgeltlich (in %)
	unentgeltlich	entgeltlich	unentgeltlich	entgeltlich	unentgeltlich	entgeltlich	
Künstlerische Konzeption/Planung							
Organisatorische Planung (Umsetzung)							
Künstlerische Umsetzung							
Organisatorische Durchführung							
Administration/Kommunikation							
weitere							
Summe							

4. Entgeltlicher Aufwand, Erlöse und Einnahmen - Förderbedarf

Entgeltlicher Aufwand - Deckung und finaler Förderbedarf			
Deckung durch:	Personalaufwand		Sachaufwand
	in % entgelt. Aufw.		in % entgelt. Aufw.
Erlöse aus Eintrittskarten			
Spendeneinnahmen, Sponsoring			
Merchandising			
Kofinanzierung			
Förderung Gemeinde – Bund - EU			
Weitere ...			
<i>Zwischensumme</i>		A	B
Finanz-/Förderbedarf aus NÖ KuF		= 100- A	=100 - B
Immaterielle Förderungen			
Materielle Förderungen			
<i>Summe</i>	100		100

Authors: *Hermann Kuschej, Richard Sellner*

Title: Kriterien inhaltlicher und finanzieller Zielvorgaben der Kulturpolitik des Landes Niederösterreich

Projektbericht/Research Report

© 2006 Institute for Advanced Studies (IHS),
Stumpergasse 56, A-1060 Vienna • ☎ +43 1 59991-0 • Fax +43 1 59991-555 • <http://www.ihs.ac.at>
